



Dergimizin
dijital versiyonuna
ulaşmak için
QR kodu
kullanabilirsiniz.

GÜÇLÜ YÖNETİM REKOR İHRACAT



AHMET ÖKSÜZ
İTHİB BAŞKANI



MUSTAFA GÜLTEPE
İHKİB BAŞKANI



AHMET HAYRİ DİLER
İHİB BAŞKANI



GÜVEN KARACA
İDMİB BAŞKANI

Döngüsel ekonomiye geçişte tasarımın rolü artıyor

Avrupa Çevre Bilgi ve Gözlem Ağı tarafından hazırlanan Tekstil ve Çevre-
Avrupa'nın Döngüsel Ekonomisinde Tasarımın Rolü isimli raporda tekstil
sektörünün döngüsellik çalışmalarında tasarımın önemine dikkat çekildi.



StyleShoots

Yatay Çekimler için Fotoğraf Stüdyosu

eren
morhipo.com

ebebek
trendyol

Civil
Bebello
sıkma makası

COLIN'S
Özdilek

SARAR
sıkmakas
CROSS JEANS

SAFRAN
TEXTILE
LC WAIKIKI



Styleshoots Horizontal'i Instagram'da
keşfedin! @astasjuki

ASTAS JUKI

Astas Endüstri Tekstil Makinaları Sanayi ve Ticaret A.Ş.

Koçman Cad. No: 57 34212 Güneşli/İstanbul Tel: (0212) 630 89 00 (pbx) Faks: (0212) 630 89 27 Web: www.astasjuki.com - E-mail: cadcam2@astasjuki.com

f t i p y /astasjuki

İTKİB HEDEF

İÇİNDEKİLER

KONULAR

64

Anadolu'da Yatırım

Burak Çelet

"Anadolu'ya yatırım yaparak çok doğru bir karar verdik"

72

Fark Yaratıcılar

Osman Baykan

"Tasarım ve üretim kapasitemiz bizi farklı kılıyor"



İÇİNDEKİLER



BÖLÜMLER

08

Kısa Haberler

Hükümetten ihracatçıya destek paketi

52

Kapak

Güçlü yönetim rekor ihracat



68

Hedef Pazar

Avrupa'nın yalnız kalesi İngiltere

76

Ödül Töreni

Rekor kıran hazır giyim ihracatçıları ödüllendirildi

80

Analiz

Ayakkabı ihracatında rekor artış

82

Bakış

Döngüsel ekonomiye geçişte tasarımın rolü artıyor

86

Yarışma

İHKİB Girişimcilik ve İnovasyon Yarışması'nda üniversiteli girişimciler ödüllendirildi

90

Hukuk Köşesi

Kişisel Verilerin Korunması Kanunu kapsamında iş yerinde parmak izi kullanımı

İTKİB HEDEF

İSTANBUL TEKSTİL VE KONFEKSİYON İHRACATÇI BİRLİKLERİ AYLIK DERGİSİ

SAHİBİ

İTKİB adına Genel Sekreter
Mustafa BEKTAŞ

YAYIN KURULU BAŞKANI

Mithat SAMSAMA

YAYIN KURULU BAŞKAN YARDIMCILARI

Osman EGE
Hamdi SARAÇKARDEŞLER
Bülent METİN

YAYIN KURULU

HAZIR GIYİM
İbrahim İSAOĞLU
Gülşen AZİMİ
Celil AYAN

TEKSTİL
Sultan TEPE

DERİ

Onur GÜMÜŞ
Haluk ERDOĞAN
Mehmet Ali URGAN
Metin KÜTÜK
Atalay KÖLÜK
Kemal TOPÇU

HALI

Serra ORUÇ
Ayşe ŞENGÖR
Haşim GÜRELİ
Barış CEYHAN

YÖNETİM YERİ

Çobançeşme Mevkii Sanayi Cad.
Dış Ticaret Kompleksi B Blok
34530 Yenibosna - İSTANBUL
TEL: 0212 454 02 00
FAX: 0212 454 04 15
WEB: www.itkib.org.tr
e-mail: info@itkib.org.tr



YAYINA HAZIRLIK

AJANS BAŞKANI
Selda YESİLTAS

SORUMLU YAZI İŞLERİ MÜDÜRÜ

Murat ERDOĞAN

GÖRSEL YÖNETMEN

Ercan YAVUZ

EDİTÖR

Zeynep TÜTÜNCÜ GÜNGÖR

MUHABİR

Melis ALPAY

FOTOĞRAF EDİTÖRÜ

Halit Çağatay KARAİBRAHİM

REKLAM MÜDÜRÜ

İlknur ULUSOY
ilknur@viamedya.com

REKLAM SORUMLUSU

Sırma SAMAY YABANCI

REDAKSİYON

KURŞUN KALEM

İLETİŞİM

RUMELİ CADDESİ RUMELİ PASAJI YUNUS

APT. NO: 45 KAT: 3

NIŞANTASI - ŞİŞLİ / İSTANBUL

+90 212 236 00 50

www.viamedya.com, viya@viamedya.com



/viamedya

ÖZLEM MATBAA

Maltepe, Litros Yolu Sok. 2. Matbaacılar
Sitesi D: 2BB4, 34010 Zeytinburnu / İstanbul

Morgan Tecnica



Aklınız kessin... Otomatik Kumaş Kesici



İTALYA'DA
ÜRETİLMİŞTİR



Kolay Toplama
sistemleri

NEXT 2 Δ

Hız ve maksimum hassasiyet

MorganTecnica otomatik kesicilerinin yeni serisi, hazır giyim, mobilya, otomotiv ve aksesuar sektörlerinin tüm üretim ihtiyaçlarını karşılamak üzere geliştirildi.

Yüksek hız, hassasiyet ve esneklik.

Next2 Delta, düşük kullanım maliyetleriyle yüksek üretkenlik ve güvenilirliği garanti eder.

Next2 Delta: günümüz kesimhaneleri için temel seçiminiz olacaktır.

- "30, 50, 70 ve 90 mm yükseklik versiyonları + Denim ve iç çamaşırı özel versiyonları"
- Paysız kesim özelliği
- Keserken yürütme özelliği
- Düşük gürültü seviyesi
- Önleyici oto-kontrol sistemini sağlayan yeni sensörler
- Anlık veri izlemek için yeni Veri Merkezi
- Çok amaçlı ve kullanışlı PC iş istasyonu
- Opsiyonel kolay toplama sistemi.



Next2 Delta
videosunu izleyin

www.morgantecnica.com   

UĞUR TEKSTİL MAKİNALARI SANAYİ VE TİCARET A.Ş.

Halkalı Merkez Mah. Basın Ekspres Cd. No:5 34303 Küçükçekmece/İstanbul

Tel: 0212 495 00 00 Faks: 0212 495 39 77 Web: www.brothertr.com

Online satış: www.ugurbrother.com e-mail: uguras@brothertr.com

Türkiye Distribütörü



- Ev Tekstili
- Home Textile
- Hotel Textile
- Hastane Tekstili
- Hospital Textile



 napolyonhome



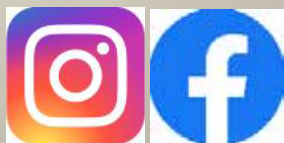
 napolyonhome

www.isatekstil.com.tr



NAPOLYON
HOME COLLECTION

davinci
HOME COLLECTION



napolyonhome

ISA
Ev Tekstili

Giyilebilir teknoloji ürünlerine ilgi artıyor



DİJİTALLEŞMENİN ve teknolojik gelişmelerin günlük hayattaki karşılıklarından biri olan giyilebilir teknoloji ürünleri, yenilikçi ve pratik özellikleriyle öne çıkıyor. Bluetooth ile çalışan takip cihazlarından akıllı saat ve aksesuarlarına, sanal gerçeklik gözlüklerinden giyilebilir sağlık ve spor cihazlarına kadar geniş bir yelpazede sunulan inovatif ürünlere olan ilgi de artıyor. Türkiye'nin önemli e-ticaret sitelerinden biri olan GittiGidiyor'un 2022'nin ilk dört ayındaki verilerine göre giyilebilir teknoloji ürünlerinin satış hacmi, önceki yılın aynı dönemine oranla yüzde 27, ortalama sepet tutarı ise yüzde 55 arttı.

Günlük hayatı daha pratik hâle getiren akıllı saatler ve aksesuarları, metaverse gibi kavramlarla daha çok gündeme gelen sanal gerçeklik gözlükleri, sağlığını daha yakından takip etmek isteyenlerin ilgi gösterdiği giyilebilir sağlık ve spor cihazları, fitness verilerini saklayan akıllı bileklikler ile GPS'li takip cihazları 2022'de en çok satılan ürünler arasında bulunuyor. Verilere göre çocuklarının, evcil hayvanlarının ya da değerli eşyalarının yerini her zaman bilmek isteyenlerin takip cihazlarına yoğun ilgi gösterdiği gözlemleniyor.



Hükümetten ihracatçıya destek paketi



TÜRKİYE İhracatçılar Meclisi (TİM), ekonomi ve ticaret diplomasisinin saha neferleri olan Türk ihracatçısının sorunlarına çözüm bulmaya devam ediyor. TİM ile İhracatçı Birliklerinin Kuruluş ve Görevleri Hakkında Kanun ile bazı kanunlarda değişiklik yapılmasına dair Türkiye Büyük Millet Meclisi Başkanlığına sunulan 12 maddelik kanun teklifinin, ihracatçıların önemli sorunlarının çözüm bulması bekleniyor. TİM'in yoğun çabalarıyla birlikte Türkiye'de gerçekleştirilen fuarların iç alanlarında yapılan ilan ve reklamlar, ilan ve reklam vergisinden muaf tutulacak. Aynı zamanda Ticaret Bakanlığı'nın tahsisinde yer alan ve maliyetinin yüzde 98'i TİM ile iki birlik genel sekreterliği tarafından karşılanan TİM Genel Sekreterliği ve dört ihracatçı birliği genel sekreterliğinin bulunduğu Dış Ticaret Kompleksi'ndeki kullanılan bölüm,

bedelsiz olarak TİM'e devredilecek. Ayrıca iflas eden, ölen, ticareti terk eden ve son beş yılda ihracat yapmayan üyelerin borçları, genel kurullarda alınacak kararlarla terkin edilebilecek.

"122 TALEP ÇÖZÜME KAVUŞTU"

Yeni rekorlara emin adımlarla yürüyen ihracat ailesinin, odağının sadece ihracat olması için sorunlarıyla da yakından ilgilendiklerini belirten TİM Başkanı İsmail Güllü, "Son iki yılda hükümetimize ilettiğimiz 122 talebin tamamı ivedilikle çözüme kavuştu. Yeni kanun teklifindeki taleplerimiz de yakında hayata geçecek. İhracatçılarımızı yol arkadaşı addeden Cumhurbaşkanımıza ve göreve geldiğinden bu yana her zaman yanımızda olan Ticaret Bakanımız Sayın Mehmet Muş'a verdikleri desteklerden ötürü şükranlarımızı sunuyorum." dedi.

İSO, DERİ ÜRÜNLERİ VE AYAKKABI SANAYİ SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK RAPORU'NU AÇIKLADI

İstanbul Sanayi Odası'nın (İSO) sürdürülebilirlik vizyonu kapsamında dokuzuncusunu açıkladığı Deri Ürünleri ve Ayakkabı Sanayi Sürdürülebilirlik Raporu'na göre sektör ihracatçıların AB pazarında avantajlı konuma gelmesi için değer zincirinde şeffaflığa yönelik çalışmalarını yoğunlaştırması gerekiyor. Bununla birlikte enerji ihtiyacının yenilenebilir kaynaklardan karşılanması, biyolojik olarak çözünür, geri dönüştürülmüş ham maddelerin ve bitki bazlı ambalajların kullanım payının artırılması ve

geri dönüşüme olanak sağlayacak tedarik zincirleri oluşturulması da atılması gereken adımlar arasında.

Rapora göre tekstil ve hazır giyim sektörünün genelinde olduğu gibi ayakkabı ve deri üretiminde de karbon salımı ve su kullanımını azaltmak için üretim prosesinden çıkan atığın, diğer üretim süreçlerine ham madde oluşturması gerekiyor. Ayrıca sektörde doğrusal üretim modeli yerine döngüsel üretim metodunun yaygınlaşması ile yaratılan farkın da artacağı vurgulanıyor.



TETAS

İÇ VE DIŞ TİCARET A.Ş.

Güvenli Hizmet

40

Yıldır
Sizlerle



Sizi
Fuarlarımıza
Bekliyoruz...

14-18 HAZİRAN
ITM
2022
İSTANBUL
Salon : 7
Stand : 708D-709

3-6 AĞUSTOS
CNRKONFEK
Konfeksiyon Makineleri Fuarı
Salon : 5
Stand : 5F02

12-15 EKİM
Fashion Tech İzmir
HAZIR GIYIM,
KONFEKSİYON VE TEKSTİL MAKİNELERİ,
TEKSTİL BASKI TEKNOLOJİLERİ FUARI

APEX
SHIMA SEIKI

onati TECNOPEA
Macchine circolari per zerbire Ddinem

UNITEX

PEGASUS

ZOJE

KANSAI
SPECIAL

MEGASEW
Industrial sewing machine

IMB

TAJIMA

TESAN
serici

CYG

GEMINI
CAD SYSTEMS



ORGAN NEEDLES

DOSE SUPROIL
SPREYLERİ KONFEKSİYON MAKİNELERİ

SATO tetra

polyprint
DTG PRINTERS

HYUNDAI
İSTİF MAKİNALARI

ZOOMLION

www.tetas.com.tr

Akçaburgaz Mah. 3047.Sk. No:2 Esenyurt / İSTANBUL- Tel: (0212) 866 91 00

f Tetas İç ve Dış Ticaret A.Ş. tetas.com.tr YouTube Tetas AŞ



DOMOTEX 2022'de inovatif ürünler başroldeydi



HALI ve zemin kaplamaları alanında sektör firmalarını ve profesyonellerini bir araya getiren DOMOTEX Turkey, yerli ve yabancı olmak üzere toplam 216 firmanın katılımıyla Gaziantep Ortadoğu Fuar Merkezi'nde kapılarını açtı. DOMOTEX Turkey Fuarı'nın açılış törenine Hannover Fairs Turkey Genel Müdürü Annika Klar, Deutsche Messe AG Domotex Global Direktörü Sonia Wedell-Castellano'nun yanı sıra Gaziantep Valisi Davut Gül, Gaziantep Milletvekili Mehmet Erdoğan, Gaziantep Büyükşehir Belediye Başkanı Fatma Sahin, Gaziantep Ticaret Odası Yönetim Kurulu Başkanı Mehmet Tuncay Yıldırım, Güneydoğu Anadolu Halı İhracatçıları Birliği Yönetim Kurulu Başkanı Zeynal Abidin Kaplan ve diğer yetkililer katıldı.

DOMOTEX Turkey Fuarı, 14-17 Mayıs tarihleri arasında makine halısı ve kilimlerinden tekstil yer döşemelerine, laminat parke malzemelerinden el yapımı halı ve kilimlere kadar en yeni ürün ve teknolojilerin tanıtımı için mükemmel bir ortam sağladı. Ziyaretçilerin polyester ve polipropilen ürünlerde viskon ve pamuk renklerinin elde edilmesini kolaylaştıran renk referans sistemi ve kalıplaşmış ebatlar yerine isteğe göre ölçülendirilen halılar gibi birçok inovatif ürünü de yakından inceleme fırsatı bulduğu fuarda, susuz üretim teknolojisi ile üretilen halılar da sergilendi.



Ticaret Bakanlığı'ndan e-ticarete yeni düzenlemeler

TİCARET Bakanlığı, e-ticaret platformlarının faaliyet alanlarını belirleme ve aralarındaki haksız rekabeti önleme amacıyla yeni bir düzenleme hazırladığını duyurdu. E-ticaret platformlarının orantılı büyümelerini sağlamak amacıyla hayata geçirilmesi beklenen düzenlemeler, iki ana başlıkta yürütülecek.

SATICILARA YAPILAN ÖDEMELER HIZLANDIRILACAK

Düzenleme ile bünyelerinde faaliyet gösteren satıcılara kıyasla yüksek pazarlık gücüne sahip dijital platformların, kendi lehlerine olup satıcıların aleyhine işleyen ticari

koşullar dayatmasının önüne geçilmesi amaçlanıyor. Taklit ürün satışı ve hukuka aykırı içeriklerin engellenmesi, satıcıların belirli bir kişiden mal/hizmet teminine zorlanmasının önlenmesi, pazar yerlerinin satıcılara yaptığı ödemelerin hızlandırılması düzenlemeler arasında yer alıyor. Çevrim içi pazar yerleri ve satıcılar arasındaki sözleşmelerin iki taraf için de haksızlık yaratmayacak şekilde düzenlenmesi ve pazar yerlerinin tek taraflı değişiklik yapmasının önlenmesi planlanıyor. Düzenleme ile satıcıların tek bir çevrim içi pazar yerinde faaliyet göstermek zorunda bırakılmaması, geleneksel perakendecilerin çevrim içi pazar yeri kurabilmesi hedefleniyor.

TGSD GENEL SEKRETERLİĞİ'NE ZEREN ORAY GETİRİLDİ



Türk hazır giyim ve konfeksiyon sektörünün önemli sivil toplum kuruluşları arasında yer alan Türkiye Geyim Sanayicileri Derneği'nin (TGSD) Genel Sekreterliği'ne Zeren Oray getirildi. Saint Benoit Fransız Lisesi mezunu olan Oray, yüksek öğrenimini Boğaziçi Üniversitesi Ekonomi Bölümü'nde tamamladı. Oray, aynı üniversitenin İşletme Bölümü'nde yüksek lisans

yaptı. Kanada Ottawa Üniversitesi'nden de uluslararası işletme yüksek lisans derecesine sahip olan Oray, iş hayatına Boyner Holding'te başladı. Oray, Dünya Sirketler Grubu'nda insan kaynakları direktörü, genel koordinatör ve genel müdür, Hey Dış Ticaret AS'de genel müdür yardımcısı ve Sosyal Eğitim Danışmanlık'ta iş geliştirme müdürü olarak görev yaptı.

WWW.**AKBARKOD**[®].com

“Barkod’da Çözüm Ortağınız”



*Yeni Nesil
Yazılım Çözümleri*



M. Nesih Özmen Mah. Zakkum Sk. No: 10 PK 34173 Merter / İstanbul
Tel : +90 212 637 25 30 (Pbx) Faks : +90 212 637 88 25

barkod@akbarkod.com



Artan navlun oranları tüketiciye yansiyabilir



BİRLEŞMİŞ Milletler Ticaret ve Kalkınma Konferansı (UNCTAD), Ukrayna ve Rusya üzerindeki hava sahası kısıtlamalarının hâlihazırda gergin olan küresel tedarik zinciri üzerinde baskı oluşturabileceği konusunda uyarılarda bulundu. İHKİB AR-GE Subesi tarafından verilen bilgiye göre UNCTAD, mevcut durumun daha yüksek navlun oranlarına ve tüketiciler açısından hazır giyim ürünlerinde yaklaşık yüzde 10,2 daha fazla ödemeye yol açabileceğine dikkat çekti.

2021 yılında Çin, Avrupa'ya demir yolu ile 1,5 milyon konteyner yük sevkiyatı gerçekleştirdi. Bu konteyner hacminin Asya-Avrupa okyanus taşımacılığı talebine eklenmesi durumunda hâlihazırda sıkışık olan ticaret rotasında yüzde 5-8 civarında bir artış meydana gelebilir. UNCTAD tarafından hazırlanan rapora göre deniz ticaretinde oluşan bu ani talebe uyum sağlamak güçleşirken Ukrayna'daki savaşın etkisinin daha yüksek navlun oranlarına yol açması bekleniyor. Enerji fiyatlarının maliyetlere etkisi de dâhil olmak üzere Rusya ve Ukrayna arasındaki savaşın sonucu olarak beklenen maliyet artışı konusunda sektör uzmanları uyarıda bulunuyor.



ABD Tarım Bakanlığı, Türkiye'nin pamuk üretiminin artacağını öngörüyor

ABD Tarım Bakanlığı'nın Dış Tarım Servisi'ne (USDA) göre artan pamuk fiyatları nedeniyle Türk çiftçiler 2022/23 sezonunda daha fazla pamuk üretimi gerçekleştirecek. Bu kapsamda USDA, Türkiye'de pamuk üretiminin 925 bin metrik ton, yani 4,2 milyon balya civarına çıkacağını ve bu rakamın son 10 yılın en yüksek hacmi olacağını ifade etti.

USDA raporuna göre Türkiye'de pamuk ekim alanı yaklaşık 515 bin hektara yükselecek. Sezon boyunca hava koşullarının iyi olacağı, bahar döneminde yağış miktarlarının bir önceki yıla göre daha

fazla olması da beklentiler arasında.

Tüketim tarafında ise rapor, Türkiye'de pamuk kullanımının 2022/23 sezonunda geçen sezona göre yüzde 4,4'lük bir artışla 1,9 milyon metrik tona, yani 8,73 milyon balyaya yükseleceğini ifade ediyor. 2021/22 Türkiye'nin pamuk tüketiminin 8,36 milyon balya olduğu tahmin ediliyor. Rapora göre Türkiye'nin 2022/23 sezonunda yaklaşık 5,28 milyon balya pamuk ithal edeceği tahmin ediliyor. Raporda pamuk talebinin yerel üretimi geçmeye devam edeceği, ABD ve Brezilya'nın bu yıl için Türkiye'nin önde gelen iki tedarikçisi olacağı öngörülüyor.

GUESS'TEN MAĞAZA İÇİ GERİ DÖNÜŞÜM İÇİN ORTAKLIK

Amerikan markası Guess, sertifikalı bir sosyal girişim olan Homeboy Recycling ile ortaklaşa mağaza içi müşteri geri dönüşüm programını başlattı. Müşterilere yeniden kullanıma ve geri dönüşüm çözümleri sunan Homeboy Recycling ile Guess arasındaki ortaklık sayesinde tekstil ve hazır giyim sektöründe yeni bir hizmet kategorisi başlatılıyor.

Guess geri dönüşüm programı, ABD'deki tüm Guess, Guess Factory, Accessories ve Marciano mağazalarında müşterilere sunuluyor. Bu kapsamda müşteriler; herhangi bir Guess mağazasına, herhangi

bir markadan beşten fazla giysi getirerek satın alacakları ürünlerde yüzde 15 indirim kazanabiliyor. Yapılan açıklamada

müşteriler tarafından getirilen giysilerin onarım, yeniden satış ve geri dönüşüm için işlenmek üzere Homeboy Recycling'e gönderileceği belirtildi. Guess CEO'su Carlos Alberini, "Daha sürdürülebilir ürünlerin geliştirilmesine yönelik bir yol oluşturuyoruz. Bu girişim, daha dögüsel iş modelleri geliştirmeye yönelik taahhüdümüzde güçlü bir adımı temsil ediyor. Böylelikle giyim ve tekstil atıkları için bir çözüm sunuyoruz." dedi.



 **Tencel**TM
Feels so right

 iyi hissettiren
elyaflar ^{1992'den} beri

SONSUZ DOĞALLIK

Doğadan gelen ve yine doğaya geri dönen elyaflarla,
sonsuz iyilik hissini keyfini çıkarın.

tencel.com

Hindistan'da pamuk ipliği üretimi azalıyor



PAMUK fiyatlarındaki yüksek artış, Hindistan'daki pamuk ipliği üreticilerini zorluyor. Üreticilerin bir kısmı, yüksek maliyetlerle baş edemediği için üretimi tamamen durdurma veya azaltma yoluna gitti. Ülkedeki bazı firmalar ise pamuk benzeri eğrilmiş üretime geçti. Güney Hindistan İplik Sanayicileri Derneği, üyelerinin oy birliğiyle fabrikalarını kapatmaya karar vermesiyle zor bir adım attı. Üyeler, durum normale dönene kadar pamuk satın almama kararı aldı. Dernek, bu yıl Ocak-Mart döneminde pamuk fiyatının yüzde 53 arttığını, ancak iplik fabrikalarının iplik fiyatlarını yalnızca yüzde 21 artırabileceğini söyledi. Gelecek birkaç ayın özellikle küçük ölçekli tekstil işletmelerinin üretimleri açısından zorlu geçeceği düşünülüyor.



H&M yeni satış modelini açıkladı

SON DÖNEMDE fiziksel mağazalarının bir kısmını kapatma yoluna giderek çevrim içi satışlara ağırlık veren H&M yönetimi, bu yıl dünya genelinde 240 mağaza kapatırken 120 yeni mağaza açmayı ve bu nedenle personel çıkarmayı planlıyor. Bununla birlikte marka, dijital ve lojistik iş alanlarında yeni personel işe almayı da hedefliyor.

Bu bağlamda H&M, çevrim içi satışlara ağırlık verirken iki ülkede ise tamamen yeni bir satış modeli deneyeceğini açıkladı. Yeni modele göre İsveç ve Almanya, web üzerinden çevrim içi satışlarda sadece H&M ürünlerini değil;

Lee, Wrangler, Fila, Buffalo, Crocs, Eastpak, Kangol, Mitchell and Ness, Superdry and LeSpecs gibi diğer marka ürünlerini de pazarlayacak.

FARKLI MARKALARIN ÜRÜNLERİ DE SATILABİLECEK

"H&M and Friends" adı verilen uygulama ile diğer marka ürünlerini de satabilecek olan H&M yönetimi, bu pilot modelin Almanya ve İsveç'te başarılı olması durumunda diğer ülkelerde de yaygınlaştıracağını belirtti. H&M'in 2021 yılının son çeyrek döneminde global çevrim içi satışlarının yüzde 10 arttığı biliniyor.

BUSINESS OF FASHION, SÜRDÜRÜLEBİLİR MODA ENDEKSİ'Nİ YAYIMLADI



Business of Fashion tarafından yayımlanan Sürdürülebilir Moda Endeksi 2022, raporuna göre moda endüstrisinin borsada işlem gören en büyük 30 şirketi, Paris İklim Anlaşması'nın sosyal ve çevresel hedeflerinin ve BM Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri'nin gerisinde kalma riskiyle karşı karşıya. Şirketlerin kamuya açıklanmış bilgilerini lüks, spor giyim ve cadde modası olmak üzere üç kategoride analiz eden rapor,

küçük ilerlemeler kaydeden bazı öncü markalar olmasına rağmen sektörün sürdürülebilirlik performansının çok düşük olduğuna dikkat çekti. Endeksin ilk sırasında 100 üzerinden 49 puan alan Puma yer aldı. Puma'yı geçen yılın da lideri olan ve lüks oyuncular sıralamasında liderliğini sürdüren Kering izledi. Bu yıl araştırmaya yeni katılan Levi Strauss, H&M Group ve Burberry ise ilk sırada yer alan diğer markalar oldu.

EFEKT BİZİM İŞİMİZ

RAISING.
machine



SHEARING.
machine



BRUSHING.
machine



SUEDING.
machine



ITM2022
14-18 HAZİRAN 2022
HALL STAND 1215A

İHKİB Başkanı Mustafa Gültepe TİM başkanlığına aday oldu

Türkiye'yi ihracatta marka ülke yapma hedefiyle yola çıktığını belirten İstanbul Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği (İHKİB) Başkanı Mustafa Gültepe, Türkiye İhracatçıları Meclisi (TİM) başkanlığına aday olduğunu açıkladı.

İHKİB Başkanı Mustafa Gültepe, TİM'in 13 Haziran'da yapılacak genel kurulunda başkan adayı olduğunu açıkladı. İstanbul ve Anadolu'dan çok sayıda birlik ve sektör kurulu başkanının desteğini alan Gültepe, seçilmesi hâlinde küresel ticaretteki büyük değişim ve dönüşümü fırsata çevirmek için TİM'in konumunu güçlendireceğini bildirdi. Gültepe, adaylık kararını 30'a yakın birlik ve sektör kurulu başkanının katıldığı basın toplantısıyla duyurdu. TİM'in 100 bini aşkın ihracatçıyı aynı çatı altında buluşturan büyük bir aile olduğunu vurgulayan Gültepe, şunları söyledi: "100 bin kişilik ihracat ailesinde bu görevi layığı ile yürütecek çok sayıda arkadaşımız olduğunu biliyorum. Birliklerimizin önemli bir kısmında başkanlık için benim adaylığım üzerinde bir uzlaşma sağlandı. Şahsıma güvenleri ve teveccühleri için kendilerine bir kez daha teşekkür ediyorum. Bu tür görevler büyük sorumluluk ve güçlü bir ekip çalışması gerektiriyor. Arkadaşlarımızla uzun değerlendirmelerimiz oldu. Birlik başkanlarımızla konuştuk ve sonunda bir karara vardım. 13 Haziran'daki genel kurulda TİM başkanlığı için adayım. İhracat, Türkiye'nin geleceği ve vazgeçilmezi. Türkiye'yi ihracatta marka ülke yapma hedefiyle yola çıkıyorum. Üretimde ve ihracatta 30 yılı aşkın birikimimi, İHKİB'de dört yılı başkanlıkla geçen 17 yıllık deneyimimi, ihracat ailemizle paylaşmak, küresel ticaretteki büyük dönüşüme vizyoner bir bakışla ihracatçılarımızı hazırlamak, süreci ülkemiz adına fırsata dönüştürecek şekilde TİM'in konumunu güçlendirmek istiyorum."

"TİM'DE ORTAK AKLI VE KATILIMCILIĞI ESAS ALACAĞIZ"
Kapsayıcı ve katılımcı bir TİM oluşturmak istediğini

vurgulayan Gültepe, seçilmesi hâlinde ortak akli ve katılımcılığı esas alacağını altını çizdi. TİM başkanlığına aday olurken herkese eşit mesafede olmaya özellikle özen gösterdiğini vurgulayan Gültepe, "Kısrar tartışmaların içinde kaybolmayan, proje geliştiren, ihracatı büyüten, TİM'i güçlendiren, Türkiye'yi zenginleştiren bir anlayışın sesiyiz. Bu anlayışın dışındaki hiç kimse, hiçbir oluşum, hiçbir yapılanma bizim ilgi alanımızda yer alamaz. Bizim bir davetimiz var: Gelin birlikte başaralım. Dünya ticaretinde bayrağımızı daha da yükseklerde dalgalandıralım. Kazanan insanımız olsun, ihracatımız olsun, Türkiye olsun." dedi.

Gültepe, hedeflerini ise şöyle sıraladı:

- Global rekabet gücü yüksek, yenilikçi, yaratıcı, teknoloji odaklı, katma değer geliştiren yapı inşa edeceğiz.
- Tüm sektörlerimizi Yeşil Mutabakat'a hazır hâle getireceğiz.
- Veriye dayalı çevik, stratejik yönetim ekosistemini geliştireceğiz.
- Dijital TİM Platformu ile sektörlerin dijital olgunluk seviyelerinin ölçümünü yapacağız.
- Türkiye'nin üretim kapasitesini ve yaratıcı gücünü dünyaya tanıtacağız.
- Uluslararası network'lerle doğru iş birlikleri kuracağız.
- Şeffaflığı, paylaşımcılığı, kapsayıcılığı ve ortak akli esas alacağız.
- Yeni nesil teşviklerin uygulamaya geçirilmesi için çalışacağız.
- Marka ekonomisini güçlendirecek projeler geliştireceğiz.
- Küresel ihracattaki payımızı yüzde 50 artıracacağız.



ESNEK KUMAŞ ESNEK ÜRETİM



Düşük hacimli üretim ve numune üretimi taleplerine yanıt veren Mimaki Tx300P-1800B, 5 farklı boya seçeneğiyle çok çeşitli kumaşlara baskı imkanı sunar.

Geliştirilmiş blanketli kumaş besleme sistemi ile hem **esnek kumaşa** kaliteli baskı yapılmasını hem de **farklı desenlerin** hızlı şekilde basılmasını mümkün kılar.

Mimaki
www.mimaki.com.tr

3. Uluslararası Yenilikçi Tekstiller Kongresi tamamlandı

Tekirdağ Namık Kemal Üniversitesi Tekstil Mühendisliği Bölümü tarafından düzenlenen 3. Uluslararası Yenilikçi Tekstiller Kongresi ICONTEX2022, 18-19 Mayıs'ta çevrim içi olarak düzenlendi. Kongrede, Namık Kemal Üniversitesi Tekstil Mühendisliği Bölüm Başkanı Prof. Dr. Fatma Göktepe'nin moderatörlüğünde gerçekleşen webinara TİM Başkanı İsmail Gülle, İHKİB Başkanı Mustafa Gültepe ve İTHİB Başkanı Ahmet Öksüz katıldı.

WEBİNARDA yaptığı konuşmada hazır giyim ve tekstil sektörünün Türkiye ekonomisi için stratejik önem taşıdığını ifade eden İHKİB Başkanı Mustafa Gültepe, iki sektörün 2021 yılında toplam 30,4 milyar dolarlık ihracat gerçekleştirdiğine dikkat çekti. Hedefin 60-65 milyar dolar ihracat olduğunu belirten Gültepe, "Gelecek, bugünden hazırlananlara ait. İHKİB olarak biz yıllardır bu ilkedan hareket ediyoruz. Pandemi ile birlikte iş yapma şekilleri, müşterinin beklentileri değişti.

Sürdürülebilir, çevre dostu ürünlere talep arttı. Akla, bilime, yaratıcı düşünen beyinlere ihtiyacımız var. Kalkınma için üniversite-sanayi iş birliğinin şart olduğuna inanıyorum. Yaklaşık 30 yıldır eğitime yatırım yapıyoruz. Üniversitelerle farklı projeler yürütüyoruz. Örneğin Karbon Ayak İzinini Azaltılması Projemizde Yıldız Teknik Üniversitesi ile çalışıyoruz. YÖK ve ihracatçı birliklerimizle Tercihim Tekstil Mühendisliği Projesi'ni başlattık. Projemiz birçok sektör için ilham kaynağı oldu. Meslek lisesi öğrencileri ile İnovatif Fikir Maratonu düzenliyoruz. Sektörü farklı disiplinlerle buluşturmak için Girişimcilik ve İnovasyon Yarışmamızı tasarladık. Yarışmayı üniversitemizin tüm bölümlerine açtık. 103 üniversitemizin, 112 farklı bölümünden 518 başvuru aldık. Gençlere güvenip inandığımızda neleri yapabileceklerini bir kez daha gördük." dedi.

"KONGRENİN SEKTÖRÜMÜZE IŞIK TUTACAĞINA İNANIYORUM"

Kongreyi sektör adına çok önemsedini belirten Gültepe, sözlerini şöyle sürdürdü: "Kongrede akıllı tekstiller, boyama tekniklerinde yeni çözümler, sürdürülebilir ve dönüştürülebilir ürünler gibi konular konuşuluyor. Aynı konular, uzun zamandır bizim de gündemimizde. Değerli katılımcıların görüş ve önerilerinin bize ışık tutacağına inanıyorum."

"NİTELİKLİ İŞ GÜCÜNE SAHİP OLMAK ÇOK ÖNEMLİ"

Tekstil sektörünün, Türkiye'nin en dinamik sektörlerinden biri olduğunu belirterek sözlerine başlayan İTHİB Başkanı Ahmet Öksüz, istihdam ve ihracat açısından Türk tekstil sektörünün dünyada önemli bir oyuncu olduğunun altını çizdi. Öksüz, "Tekstil ve hazır giyim sektörleri olarak 1,2 milyon istihdama ulaştık. Geçen sene 12,9 milyar dolar ihracat ile Cumhuriyet tarihi rekoru kırdık. Bu yıl kendimize 15 milyar dolar ihracat hedefi koyduk ve bu hedefi yakalama yolunda ilerliyoruz. Tüm bunlar



her şeyden önce insan kaynağına bağlı, çünkü emek yoğun bir sektörüz. Bu açıdan tekstil mühendisliği bölümlerimizi önemsiyoruz ve bugüne kadar bu alana sektör olarak büyük yatırımlar gerçekleştirdik. Mesleğimize sahip çıkmaya devam ediyoruz. Tercihim Tekstil Mühendisliği Burs Projesi ile çok güzel sonuçlar elde ettik. Gelecek yıllarda da bunu desteklemeye devam edeceğiz. Çünkü amacımız daha nitelikli üretim yapmak, ortalama birim fiyatımızı artırmak. Bu da nitelikli iş gücüne sahip olmakla gerçekleştirilebilir." dedi.

İşsiz tekstil mühendisi olmadığını vurgulayarak sözlerine devam eden Öksüz, "Cumhurbaşlığı İnsan Kaynakları Ofisi'nin açıkladığı çalışmada da en hızlı iş bulma sürecinin tekstil mühendisli bölümlerinde olduğu görülüyor. AR-GE merkezleri hızla artan bir sektörüz. AR-GE merkezi olan firmalarımızın ortalama birim ihracat değeri, sektör ortalamasının iki katı. Dolayısıyla AR-GE'nin önemini rahatlıkla görüyoruz. Tekstil mühendisi adayı arkadaşlarımızın özellikle AR-GE ve inovasyon odaklı kendilerini geliştirmelerini çok önemsiyoruz. Bu çerçevede Futuretex Yarışmamızı düzenliyoruz. Amacımız AR-GE ve inovasyonu ön plana çıkarmak, daha inovatif fikirleri sektöre kazandırmak ve gençlerimizin dikkatini çekmek." ifadelerini kullandı.

TİM İŞBİRLİĞİYLE İHRACATÇILARA SUNULAN
İLK VE TEK KREDİ KARTI:

MAXİMİLES TİM İHRACATÇI KART

Hem alışverişlerde hem de İş Bankası aracılığıyla yapılan ihracatlarda mil kazandıran Maximiles TİM İhracatçı Kart'a başvurun; konaklama, restoran ve daha birçok konuda avantajlardan yararlanın.

Üstelik 30 Haziran 2022'ye kadar ilk kez Maximiles TİM İhracatçı Kart'a sahip olan ve kartıyla toplam 5.000 TL harcama yapan müşterilere **250 MaxiMil'e dönüştürülebilir MaxiPuan** hediye!



Maximiles TİM İhracatçı Kart'a Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) üyeleri başvurabilir. 30 Haziran'a kadar ilk kez Maximiles TİM İhracatçı Kart'a sahip olan ve Maximiles TİM İhracatçı Kart'ıyla 31 Temmuz 2022 tarihine kadar toplam 5.000 TL harcama yapan müşterilere, 250 MaxiMil'e dönüştürülebilir MaxiPuan hediye edilecektir. Hediye MaxiMile dönüştürülebilir MaxiPuanlar 5.000 TL harcama yapılan ayı takip eden ay sonuna kadar kullanıma açık Maximiles TİM İhracatçı Kart'a yükleneyecektir. Hediye MaxiMile dönüştürülebilir MaxiPuan'ların son kullanma tarihi 31 Ağustos 2022'dir. Kampanya, kart bazında değil, müşteri bazındadır. Bir müşteri kampanyadan bir kere yararlanabilir ve en fazla 250 TL MaxiMile dönüştürülebilir MaxiPuan kazanabilir. Kampanya dönemi içerisinde gerçekleştirilen alışverişlerin puanların yükleneyeceği tarihe kadar iptal edilmesi veya satın alınan ürünlerin iade edilmesi durumunda ödül MaxiPuan yüklenmeyecektir. Kampanya diğer kampanyalar ile birleştirilemez. İş Bankası dilediği zaman kampanya şartlarını değiştirme ve kampanyayı sona erdirmeye haklarına sahiptir. İş Bankası, Ticari Kredi Kartı talebini reddetme hakkına sahiptir. Ayrıntılı bilgi maximiles.com.tr ve şubelerimizde.

Hometex Fuarı yoğun ilgi ile tamamlandı

Dünyanın en önemli ev tekstili fuarlarından biri olan Hometex Ev Tekstili ve Aksesuarları Fuarı, 17-21 Mayıs'ta İstanbul Fuar Merkezi'nde gerçekleştirildi.



TÜRKİYE Ev Tekstili Sanayicileri ve İş İnsanları Derneği (TETSİAD) tarafından düzenlenen Hometex Fuarı; Bursa Ticaret ve Sanayi Odası (BTSO) iştiraki Küresel Fuarçılık AŞ'nin (KFA) organizasyonu, İstanbul Ticaret Odası'nın (İTO) destekleriyle İstanbul Fuar Merkezi'nde gerçekleştirildi. Fuarın açılışına Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanı Vedat Bilgin, TİM Başkanı İsmail Gülle, İTO Başkanı Şekip Avdagiç, İstanbul Sanayi Odası (İSO) Başkanı Erdal Bahçıvan, TETSİAD Başkanı Hasan Hüseyin Bayram, BTSO Başkanı İbrahim Burkey ve İTHİB Başkanı Ahmet Öksüz katıldı.

"FUARDA TÜRKİYE'NİN TEKSTİL GÜCÜ GÖRÜLÜYOR"

Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanı Vedat Bilgin, fuar açılışında yaptığı konuşmada, "Türkiye'nin tekstilde geldiği üretim gücünü görmek için bu fuarı gezmek yeterli. Tekstil sektörü, ülkemizin geleneksel olarak çok güçlü olduğu sektörlerin başında geliyor. Ülke olarak bu gücü geçmişimizden alıyoruz. İmparatorluk döneminde dünyanın birinci ipek üreticisi Türkiye'ydi. İstanbul Kapalıçarşı, dünyanın en büyük fuar alanı. Yüzyıllar boyunca devam eden bu gücü yeniden toparlayan Türkiye, günümüzde

en büyük gücünü üretimden alıyor." dedi. Türkiye sanayisinin yüzde 9'un üzerinde büyüdüğünü belirten Bilgin, sözlerini şöyle sürdürdü: "Üretim gücümüz hızla geliyor. Ayda 20 milyar doların üzerinde ihracat gerçekleştiriyoruz. Türkiye, günde 2 milyar doların üzerinde ihracat yapan bir ülke. Konjonktürel sorunlarımız olduğu doğru ancak dünya genelinde de yaşanan tüm bu sorunları aşmaya kararlıyız. Bu kararda tekstil üreticilerimizin üretim gücünün büyük katkısı olacağını düşünüyoruz."

"HOMETEX, İHRACATÇILARI HEDEFİ GÖTÜRECEK"

TİM Başkanı İsmail Gülle, özellikle salgın sonrasında gerçekleştirilen fuarların Türkiye'ye duyulan teveccühün bir göstergesi olduğunu belirtti. Uzun bir aradan sonra gerçekleştirilen fuardaki heyecanın, bunun göstergesi olduğuna dikkat çeken Gülle, "Geçen sene Cumhuriyet tarihimizin en yüksek ihracatını gerçekleştirdik. Tekstil ve hazır giyim sektörümüzün toplam ihracatı 30 milyar doları aştı. Bu ihracatın yaklaşık yüzde 10'u, ev tekstil sektöründen elde ediliyor. 2022 yılına da çok iyi başladık. 2021 yılı Nisan ayından, 2022 yılı Nisan ayına kadar geçen bir yıllık süreçte



İhracatımız 241 milyar dolar oldu. Bu yıl hedeflediğimiz 250 milyar dolarlık ihracatı aşacağımıza inanıyoruz.” dedi. Gülle, Hometex Fuarı’nın ihracata çok önemli katkılar sağlayacağını ve ihracatçıları hedefe götüreceğini büyük rakamlara vesile olacağını belirtti.

“HOMETEX, 25 YILLIK KÖKLERE SAHİP”

İTO Başkanı Şekip Avdağ ev tekstili sektörünün daha fazla ihracat potansiyeli olduğuna dikkati çektiği konuşmasında, sektörün tüm paydaşlarıyla beraber iki sene sonra yapılacak bu fuarda 6,5-7 milyar dolar ihracatın konuşulacağını belirtti. Avdağ, sıkıntılı bir süreçten sonra tekrar yeni bir heyecanla başlayan Hometex Fuarı’nın, 25 yıllık köklere sahip olduğunu söyledi.

İstanbul Sanayi Odası (İSO) Başkanı Erdal Bahçivan, fuarın sektörün birçok oyuncusunu buluşturması açısından önemli olduğunu söyledi. Bahçivan, “Birlikten doğan gücün en güzel göstergesini bu vesileyle ortaya koymuş oluyoruz. Böylesine bir birlik olduğu zaman da bereket, başarı mutlaka arkasından gelecektir.” dedi. Fuarın yaklaşık çeyrek asırdır aralıksız olarak düzenlenmesinin de önemine değinen Bahçivan, bunun artık ev tekstili sektörünün kurumsallaştığının ve dünyaya açık, dünyayla rekabet edebilen bir sektör hâline geldiğinin göstergesi olduğunu sözlerine ekledi.

“DAHA GÜÇLÜ VE DAHA KATILIMCI HOMETEX”

TETSIAD Başkanı Hasan Hüseyin Bayram, Türk ev tekstili sektörünün 195 ülkeye, yıllık yaklaşık 3,5 milyar dolarlık ihracat gerçekleştirdiğini belirtti. Bayram, “Sektörümüz kilogram başına 8 doların üzerinde ihracat değeri ile Türkiye’ye en fazla katma değer sağlayan, yerli ve millî sektörlerden biri konumunda. Ülkemiz; Çin, Hindistan ve Pakistan’la birlikte dünyanın en büyük ev tekstili tedarikçilerinden biri. ‘Daha Güçlü ve Daha Katılımcı HOMETEX’ mottosuyla düzenlediğimiz bu fuarın, krizleri fırsata çevireceğine inanıyoruz. Tüm hazırlıklarımızı yüzde 100 konfor, yüzde 100 memnuniyet algısıyla yürüttük. Hometex Fuarı gerek konsepti gerek katılımı ve ziyaretçi sayısı gerekse vizyonu ile dünya ev tekstili sektöründe adından övgüyle söz ettirecek.” dedi.

BTSO Başkanı İbrahim Burkay da fuarın 26 yıldır düzenlendiğini ve bu istikrarın, ev tekstili sektörünün uluslararası öneme kavuşmasındaki en önemli faktörlerden biri olduğunu dile getirdi. Bu yıl fuar için büyük emek harcadığını belirten Burkay,

şunları kaydetti: “İTO ve İstanbul Fuar Merkezi gerçekten müthiş bir salon dizaynı yapmış. Buraya yapılan yatırım, ülkeye yapılan yatırım demektir. Tek başına üretmek yetmiyor, bunu satmamız lazım. Pazarlama faaliyetlerinin en önemli unsurlarından biri de fuar organizasyonları. Fuarımıza destek olan tüm katılımcıları tebrik ediyorum.”

BEŞ GÜNDE 1,5 MİLYAR DOLARLIK İŞ HACMİ

Ev tekstilinde dünyanın en önemli iki fuarından biri olan Hometex, sektörün ulusal ve uluslararası oyuncuları İstanbul’da buluşturdu. Yerli ve yabancı olmak üzere 650’yi aşkın firmanın yeni koleksiyonlarını, son teknoloji ile üretilmiş çevreci ürünlerini, yeni renk ve tasarımlarını sergiledikleri fuarı; beş günde, 126 ülkeden 170 bin kişi ziyaret etti. Salgın nedeniyle iki yıl aranın ardından 11 salonda, yaklaşık 200 bin metrekaarelik alanda gerçekleşen Hometex Fuarı’na bu yıl özellikle İran ve Mısır’dan alım heyetleri yoğun ilgi gösterdi. Dünyanın en önemli tedarikçilerinden Hindistan, Pakistan, ABD, İtalya, Fransa, Almanya, Hollanda ve Türk Cumhuriyetleri başta olmak üzere 126 ülkeden alım heyetleri fuarda yer aldı.

TETSIAD Başkanı Bayram, “Fuarda beklentilerimizin üstünde bir iş hacmine ulaştık. 1 milyar dolarlık iş hacminin hedeflendiği fuarda beş günde 1,5 milyar dolarlık iş hacmi gerçekleştirildi. Bu rakamla, bugüne kadar yaptığımız fuarlardaki en yüksek yüzdeye ulaşmış olduk. Sektörümüz için güç birliği yapan tüm aktörlerimize teşekkür ediyorum.” ifadelerini kullandı. Bayram, Hometex’i gelecek yıl 16-20 Mayıs’ta yapacaklarını belirtti.

Dünyada ev tekstili sektöründe en önde gelen markaların müşteri kitlesinin yüzde 30’unu Uzak Doğu ülkelerin oluşturduğuna işaret eden Bayram, şunları kaydetti: “Yaptığımız araştırmalar ve hazırladığımız raporlara göre özellikle son yıllarda Uzak Doğu ülkelerindeki tüketici ve satın almacılar ‘Made in China’

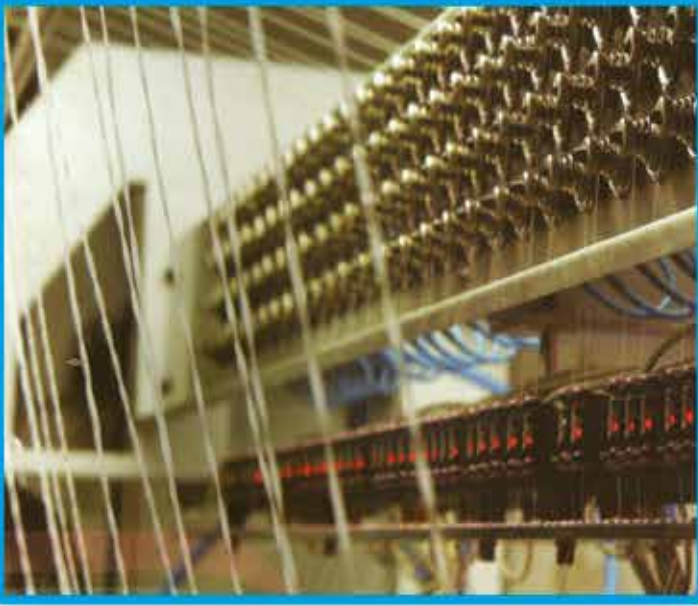
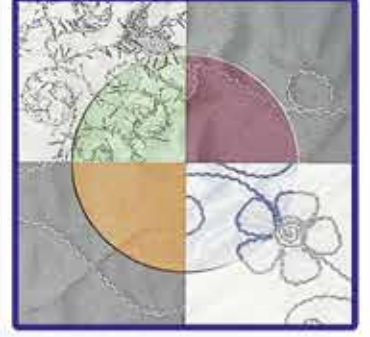
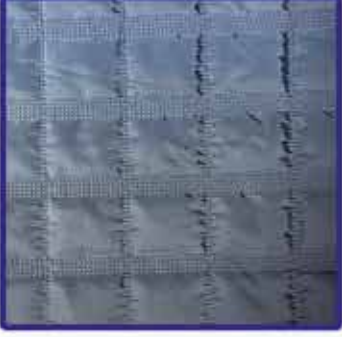
veya ‘Made in Vietnam’ etiketleri yerine ‘Made in Türkiye’ etiketine daha çok ilgi duyuyor. Gelecek yılki fuarımıza, bu yıl katılan ülkelerin üzerine Uzak Doğu ülkelerini de ekleyerek kendimize en az 2 milyar dolarlık iş hacmi hedefi koyduk. Buna bağlı olarak ziyaretçi hedefimizi de en az 250 bin olarak belirledik. İnşallah önümüzdeki yıl Cumhuriyetimizin kuruluşunun 100’üncü yılına yakışır bir hedefle gerçekleştireceğiz.”



ŞEN

ELYAF & KAPİTONE

SAN. ve TİC. LTD. ŞTİ.



ULTRASONIC - ÇİFT İĞNE - BİLGİSAYARLI NAKİŞ KAPİTONE - KİLİT DİKİŞ
KAPİTONE BİZİM İŞİMİZ

K.ORG. SAN. BÖL. ZİYA GÖKALP MAH. DERSAN KOP. S1 B BLOK NO:10 İKİTELLİ / İSTANBUL

Tel: 0212 671 66 66 Fax: 0212 671 10 12

www.senkapitone.com.tr info@senkapitone.com.tr



Termo Elyaf



**Yastıklık
Silikon Elyaf**

Silikonlu Elyaf



Mikro Elyaf



Her Türlü Elyaf Çeşidiyle Hizmetinizdeyiz



0212 671 66 66

ŞEN
ELYAF & KAPİTONE
SAN. ve TİC. LTD. ŞTİ.

K.ORG. SAN. BÖL.ZİYA GÖKALP MAH. DERSAN KOP. S1 B BLOK NO:10 İKİTELLİ / İSTANBUL
Tel: 0212 671 66 66 Fax: 0212 671 10 12
www.senkapitone.com.tr info@senkapitone.com.tr

LASİAD, ihracatçı birlikleri ziyaret etti



LALELİ Sanayici ve İş İnsanları Derneği (LASİAD), ihracatçı birliklere ziyaret gerçekleştirdi. 25 Mayıs'ta LASİAD Yönetim Kurulu Başkanı Gıyasettin Eyyüpkoca ve Yönetim Kurulu üyeleri, İHKİB Başkanı Mustafa Gültepe'yi makamında ziyaret etti. Toplantıda LASİAD ile gerçekleştirilebilecek ortak projeler ve iş birliği imkânları değerlendirildi.

Eyyüpkoca ve beraberindeki heyet, daha sonra İTHİB Başkanı Ahmet Öksüz'ü makamında ziyaret ederek yeni yönetim döneminde başarı dileklerini paylaştı. Gerçekleştirilen toplantıda yeni dönemde kurulabilecek iş birliği imkânları da değerlendirildi.

LASİAD Başkanı ve Yönetim Kurulu üyeleri, İDMİB Başkanı Güven Karaca'yı da ziyaret etti. İDMİB'in yeni Yönetim Kurulu üyelerini tebrik eden Eyyüpkoca, toplantıda İDMİB'in yeni dönem projelerini dinledi. LASİAD ile ortak sorunlar ve gelecek dönem iş birliği imkânları konuşuldu. Aynı zamanda İDMİB'in yeni dönem



projelerinden olan MEM, İDMİB Akademi, Karbon Nötr OSB kurulması, saya tesislerinin kurulması gibi konular Başkan Güven Karaca tarafından LASİAD Yönetim Kurulu Başkanı ve üyelerine detaylıca tanıtıldı.

İTÜ ile gelecek dönem projeleri değerlendirildi

İSTANBUL Teknik Üniversitesi (İTÜ) Tekstil Teknolojileri ve Tasarımı Fakültesi Dekanı Prof. Dr. Ömer Berk Berkalp ile İTÜ Tekstil Teknolojileri ve Tasarımı Fakültesi Öğretim Üyeleri, İHKİB Başkanı Mustafa Gültepe ve İTHİB Başkanı Ahmet Öksüz'ü ziyaret etti. 25 Mayıs'ta gerçekleştirilen ziyaretler sırasında İTÜ ve ihracatçı birlikler arasında gelecek dönemde gerçekleştirilebilecek iş birliği ve projeler görüşüldü. Toplantıda aynı zamanda Tercihim Tekstil Mühendisliği Burs Projesi'nin çıktıları üzerinde de değerlendirmeler yapıldı.



asteks 401 SF&M

İKİ BAĞIMSIZ TAŞLAMA ÜNİTESİ İLE DAHA AZ ZAMANDA, DAHA ÇOK İŞ!



Akıllı
Besleme
Sistemi

YENİ



401-SF&M MANŞON REKTEFİYE MAKİNESİ AKILLI BESLEME SİSTEMLİ & İKİ BAĞIMSIZ TAŞLAMA ÜNİTESİ

Yeni 401-SF&M yüksek adette manşon milini dizmeye uğraşmadan, besleme haznesine dökerek besleme olanağı sunar.

Besleme kolaylığı ile rektefiye operatörünün işini kolaylaştırır, zaman ve işçilikten tasarruf sağlar.

2. Bağımsız taşlama ünitesinde dar taş sistemi ile ideal cer-penye manşon taşlama işlemi gerçekleştirilir.

Bu esnada, diğer ünite de iplik makinesi manşonlarının taşlanmasının otomatik olarak devamı sağlanır.



2. BAĞIMSIZ
TAŞLAMA ÜNİTESİ



Daha detaylı bilgi için aşağıdaki QR kod'u okutarak web sitemizi ziyaret edebilirsiniz.



Türkiye since 1970



asteks®
"Biz bu ülkenin markasıyız"

www.asteks.com

17. Ulusal Tekstil Mühendisliği Öğrenci Kongresi düzenlendi

Marmara Üniversitesi Tekstil Mühendisliği Bölümü öğrencileri tarafından düzenlenen 17. Ulusal Tekstil Mühendisliği Öğrenci Kongresi (UTMÖK), 27 Mayıs'ta gerçekleştirildi. Üç gün süren kongrede tekstil ve hazır giyim sektörlerinin gündemine ve nitelikli iş gücü istihdamına ışık tutuldu.

MARMARA Üniversitesi Tekstil Mühendisliği Bölümü öğrencileri tarafından düzenlenen 17. Ulusal Tekstil Mühendisliği Öğrenci Kongresi (UTMÖK), İHKİB Başkan Yardımcısı Jale Tunçel, Yönetim Kurulu Üyesi Selçuk Mehmet Kaya ve İHKİB İştiraki Ekoteks'in Yönetim Kurulu Başkanı Nilgün Özdemir'in katılımıyla gerçekleştirildi. Etkinliğe İTHİB Yönetim Kurulu Üyesi Necat Altın ile Futuretex İstanbul çatısı altında hayata geçirilen FutureTech Yarışması koçu Özlem Süer de katılım gösterdi.

"TEKSTİL MÜHENDİSLİĞİNE İTİBARINI YENİDEN KAZANDIRDIK"

Jale Tunçel, etkinlikte yaptığı konuşma sırasında İHKİB tarafından düzenlenen Girişimcilik ve İnovasyon Yarışması'nda gençlerin neleri başarabileceğini bir kez daha gördüklerinin altını çizdi. Tunçel, "Fırsat verdiğimizde, önünüze engeller çıkarılmadığında, doğru takım arkadaşları ile bulduğunuzda başarı er ya da geç geliyor. Bu gerçekten hareketle 30 yıldır eğitime, tasarım yatırım yapıyoruz. Koza Genç Moda Tasarımcıları Yarışması'nı düzenliyoruz, mesleki eğitimi destekliyoruz ve üniversitelerle projeler yürütüyoruz. YÖK ve ihracatçı birliklerimizle Tercihim Tekstil Mühendisliği Projesi'ni başlattık.



Proje çok önemli başarılarla erişti. Tekstil mühendisliğine itibarını yeniden kazandırdık." dedi.

"NİTELİKLİ BEŞERİ SERMAYEYE İHTİYAÇ DUYUYORUZ"

Kongredeki konuşması sırasında tekstil sektörünün 2021 yılında imza attığı başarılarla değinen Necat Altın ise 2022 yılı ihracat hedeflerinin 15 milyar dolar olduğunu vurguladı. Altın, "2022 yılı Nisan ayında tüm zamanların en yüksek aylık tekstil sektörü ihracatını gerçekleştirdik. Pandemi döneminde Türk tekstili çok başarılı bir sınav verdi. Rakiplerinden pozitif ayrıştık. Yeni süreçte ise en önemli yol haritamız, bu başarıları korumak ve dünyanın en büyük ilk üç tekstil ihracatçısı ülkesinden biri olmak. Bunun için iki ana konuya ayrıca çalışmamız gerekiyor. Bunlardan biri sürdürülebilirlik, diğeri ise AR-GE ve inovasyon. Bu nedenle nitelikli beşerî sermayeye ihtiyaç duyuyoruz. Tekstil sektörümüz her zaman krizlerden çıkışın dinamosu olmuştur. Entegre gücümüz sayesinde bir anda en büyük küresel markaların ilgi odağı olduk." ifadelerini kullandı.

Futuretex İstanbul çatısı altında hayata geçirilen FutureTech Yarışması'nın koçu Özlem Süer ise İTHİB'in de destekleriyle organize edilen 17. Ulusal Tekstil Mühendisliği Öğrenci Kongresi'nde yarışmaya ilişkin bilgiler paylaştı. Başvuruların 24 Haziran tarihine kadar devam edeceğini belirten Süer, genç tekstil mühendisi adaylarını yarışmaya başvuru yapmaya davet etti.





Showroom

Fabrika

Mithatpaşa Cad. Küçük Haydarefendi Sk. No: 3/1
Laleli / Fatih / İstanbul - Turkey
Tel: +90 212 518 65 82

Aymakop San. Sit. C-1 Blok No: 153
İkitelli - İstanbul - Turkey
Tel: +90 212 671 21 33

 www.mpanda-kids.com

 info@mpanda-kids.com

 [panda medvjk](https://www.facebook.com/panda-medvjk)

 [mpandakidsshoes](https://www.instagram.com/mpandakidsshoes)

İstanbul Moda Akademisi'nde erken kayıt dönemi başladı

İMA, moda endüstrisinde çalışan, gelişimine katkı sağlamak isteyen, kariyer değişikliği yapmayı hedefleyen profesyoneller ile modaya ilgi duyan kişilere yönelik eğitimler vermeye devam ediyor. Profesyonel Gelişim Programları'nın güz dönemi kayıtlarının başladığını duyuran kurum, erken kayıt dönemi için son başvuru tarihinin 30 Haziran olduğunu açıkladı.

Hafta içi akşam saatlerinde ve hafta sonları gerçekleşen Moda Tasarımı, Moda Yönetimi, Teknoloji ve Ürün Geliştirme, Moda İletişimi ve Medya olmak üzere dört ana başlıkta toplanan Profesyonel Gelişim Programları'nın erken kayıt avantajları Haziran ayı boyunca devam edecek. Eğitim programları hakkında bilgi almak için hafta içi

08.30-17.30 saatleri arasında okulun ziyaret edilebileceği de belirtiliyor.

İMA, BURS İMKÂNI SUNUYOR
İstanbul Moda Akademisi'nin kurum kültüründe genç yetenekleri keşfetmek, onlara parlak bir kariyer sunmak, bu yolda yürürken onları desteklemek ve sektöre tasarım alanında yetenekli gençler kazandırmak önemli bir yer tutuyor. Geleceğin moda profesyonelleri olan gençlere verilen desteklerin başında da burs olanakları yer alıyor.

İMA, bu fikirden hareketle moda dünyasının geleceğini şekillendirecek yeteneklere burs imkânı sunuyor. Son başvuruların 30 Mayıs'a kadar yapıldığı burs sınavı, 1 Haziran'da İstanbul Moda Akademisi'nde gerçekleştirildi.



İHKİB, Fransa Pazarı Bilgilendirme Semineri'ni gerçekleştirdi

İHKİB, hazır giyim ve konfeksiyon ihracatçılarına yönelik Fransa Pazarı Bilgilendirme Semineri'ni 11 Mayıs'ta düzenledi. Dış Ticaret Kompleksi Ömer Halis Demir Konferans Salonu'nda yapılan seminer, Avrupa'nın en prestijli fuarlarından olan Who's Next, Bjorcha ve Premier Class'ın organizatörü WSN Development yetkilileri tarafından verildi. Fransa Pazarı Bilgilendirme Semineri'nde WSN CEO'su Frederic Maus konuşmacı olarak yer aldı. Seminerin konuşmacıları arasında WSN Uluslararası İş Geliştirme ve Pazarlama Direktörü Sandrine Meziane ile WSN Ürün Teklif Direktörü Sylvie Pourrat da bulundu.

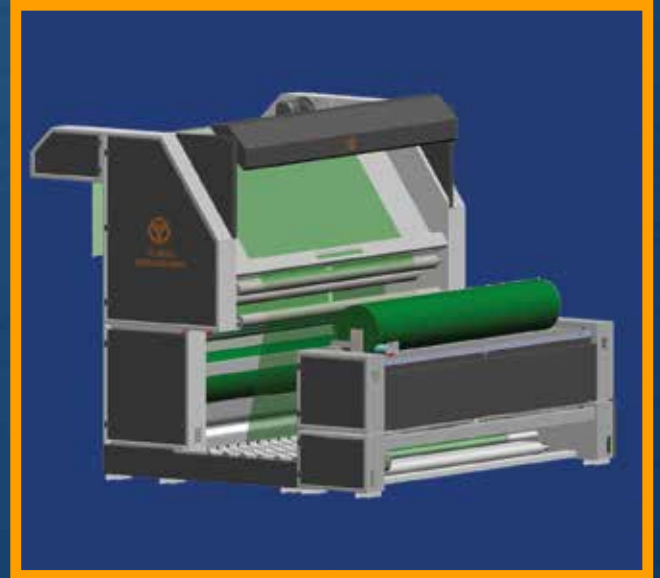


Seminerde Fransa pazarının tüketim alışkanlıkları, pazarın önemli perakende firmaları, hazır giyim pazarının yapısı gibi konularda bilgiler paylaşıldı. Fransa pazarına giriş yapmak isteyen firmaların dikkat etmesi gereken unsurların aktarıldığı seminerde, WSN firması ve düzenlediği fuarlar tanıtıldı. Fuarlara katılacak olan firmaların seçiminin hangi kriterlere göre yapıldığı ve firmaların fuara nasıl hazırlanması gerektiği konusunda kısa bir eğitim gerçekleştirildi. Program, firmaların sorularının yanıtlanması ve talep eden firmaların fuar idaresi ile

birebir görüşmesi ile sonlandı. Randevu talep eden firmalar ile takip eden iki gün içinde showroom ziyaretleri ve toplantılar devam etti. Seminere toplamda 50'nin üzerinde firma katıldı.



YILMAZ
MEKATRONİK



CONTACT

+90 (506) 422 03 86 • +90 (282) 652 87 87

www.yilmazmekatronik.com.tr

estex



1 Pre-consumer tekstil atıklarının toplanması

Tekstil atıklarının renklerine ve elyaf içeriklerine göre tasnif edilmesi



3 Tasnif edilen atıkların üretim öncesi tefrik edilmesi

Elyaf üretimi



5 Open-end İplik üretimi




 **FABRİKA:** FERTEK MAH. OSB 3. CAD. BLOK NO :20-21


MERKEZ/NİĞDE



İSTANBUL OFİS: ÇOBANÇEŞME MAH. KIMIZ SK. PETEK TEKSTİL BLOK

NO:40-41 BAHÇELİEVLER/İSTANBUL

 **TEL:** 0212 654 58 20-21

 **E MAİL:** info@estex.com.tr



Hazır giyim ve konfeksiyon sektörü Akdeniz'de buluştu

Yeni dönem Hazır Giyim ve Konfeksiyon Sektör Kurulu Toplantısı, 13 Mayıs'ta AHKİB ev sahipliğinde, Mersin'de yapıldı. İHKİB Başkanı Mustafa Gültepe'nin yeniden Türkiye Hazır Giyim ve Konfeksiyon Sektör Kurulu Başkanı seçildiği toplantının öncesinde AHKİB Ödül Töreni gerçekleştirildi.

TÜRKİYE İhracatçılar Meclisi (TİM) ile Akdeniz İhracatçı Birlikleri (AKİB) tarafından gerçekleştirilen program, hazır giyim ihracatçıları bir araya getirdi. Program kapsamında TİM Başkanı İsmail Gülle ve TİM Başkan Vekili ile İHKİB Başkanı Mustafa Gültepe, TİM delegelerinden Fatih Bilici ve İHKİB Yönetim Kurulu üyeleri; Mersin Valisi Ali İhsan Su'yu makamında ziyaret etti. 13 Mayıs'ta gerçekleştirilen ziyarette Mersin'e son yıllarda yapılan yatırımlar hakkında bilgi alışverişi yapıldı. Hazır giyim sektörünün ildeki gelişiminin değerlendirildiği görüşmede hazır giyim sektörünün gelişmesine katkı sağlayacak yeni girişimler görüşüldü.

İHKİB Başkanı Mustafa Gültepe ve Yönetim Kurulu üyeleri, Tarsus Üniversitesi Rektörü Prof. Dr. Orhan Aydın'ı da makamında ziyaret etti. Yürütülen güncel projelerin değerlendirildiği ziyarette Tercihim Tekstil Mühendisliği Burs Programı örnek model olarak görüşüldü. Bünyesinde Tekstil Teknolojisi Programı bulunan ve bu program kapsamında başta hazır giyim olmak üzere tekstil ve deri alanında ön lisans eğitimi verilen üniversitenin sektöre olan katkıları değerlendirildi.

AHKİB, AKDENİZ'İN HAZIR GIYIM DEVLERİNİ ÖDÜLENDİRDİ

Akdeniz Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği (AHKİB), dünya genelinde ham madde ve navlun fiyatlarının katlanarak yükseldiği, konteyner krizinin yaşandığı ve pandeminin etkilerinin devam ettiği 2021 yılında 532 milyon dolarlık ihracat değerine ulaşılmasında en büyük desteği veren 50 üyesini ödüllendirdi. AHKİB Yönetim Kurulu Başkanı Gürkan Tekin'in ev sahipliğinde gerçekleştirilen törene Mersin Valisi Ali İhsan Su, TİM Başkanı İsmail Gülle, AKİB Koordinatör Başkanı Fuat Tosyalı, İHKİB Başkanı Mustafa Gültepe, ihracatçı birlik başkanları, Mersin'deki oda, borsa ve sivil toplum kuruluşlarının temsilcileri ile Türkiye genelinden çok sayıda sektör temsilcisi katıldı. Gürkan Tekin, Türk hazır giyim ve konfeksiyon sektörünün 2021 yılında lokasyon avantajı ve güvenilir tedarikçi kimliğiyle uluslararası pazarlarda ortaya çıkan fırsatları en iyi şekilde değerlendirerek ihracat rekorlarına imza attığını belirtti.

İHKİB Başkanı Mustafa Gültepe, yeniden Türkiye Hazır Giyim ve Konfeksiyon Sektör Kurulu Başkanı seçildi.

"40 MİLYAR DOLARLIK İHRACAT VE KİLO BAŞINA 40 DOLAR HEDEFLİYORUZ"

İHKİB Başkanı Mustafa Gültepe, konuşmasında gerçekleştirdikleri projeler arasında Dijital Dönüşüm Merkezi'nin (DDM) öne çıktığını, İstanbul'un moda merkezi olması hedefine yönelik ilkinin düzenlediklerini IFCO Fuarı'nın dev bir adım olduğunu söyledi. Katma değerli üretimin yolunun tasarım üstünlüğü ve dijitalleşmeden geçtiğini belirten Gültepe, sektörde faaliyet gösteren firmaları DDM'yi ziyaret etmeye ve verilen hizmetlerden faydalanmaya davet etti. AHKİB üyesi firmalara 26 Ağustos'ta gerçekleştirecekleri ikinci IFCO Fuarı'na katılım çağrısında bulunan Gültepe, "Orta vadede 40 milyar dolarlık ihracat ve ihracatta kilo başına 40 dolar fiyatı yakalayabilmemiz için bu çalışmalar yapmamız gerekiyor. Ortak akılla ve istişare ile her zorluğu aşacağımıza inanıyorum. Bu gecenin kahramanlarımı kutluyorum." dedi.

HAZIR GİYİM VE KONFEKSİYON SEKTÖR KURULU BAŞKANI YENİDEN MUSTAFA GÜLTEPE OLDU

Yeni dönem Hazır Giyim ve Konfeksiyon Sektör Kurulu Toplantısı, 14 Mayıs'ta AHKİB ev sahipliğinde, Mersin'de gerçekleştirildi. İHKİB Başkanı Mustafa Gültepe, yeniden Türkiye Hazır Giyim ve Konfeksiyon Sektör Kurulu Başkanı seçildi. Toplantıda, sektörün gündemindeki öncelikli konular ele alınırken çözüm önerileri değerlendirildi.



İHKİB'in Gerber Eğitimi tamamlandı

ENSTİTÜ İstanbul İSMEK ve İHKİB Eğitim Vakfı iş birliğinde 22 Ocak'ta başlayan İstihdam Odaklı Eğitim Projesi kapsamında gerçekleştirilen Gerber Sisteminde Bilgisayarda Kalıp Hazırlama Eğitim Programı, 14 Mayıs'ta tamamlandı. Eğitim programına katılan 12 kursiyerden 10'u, eğitimi başarı ile tamamlayarak sertifika almaya hak kazandı.

Enstitü İstanbul İSMEK Çolpan İlhan Moda Okulu'nda düzenlenen sertifika törenine eğitime katılan ve sertifika almaya hak kazanan kursiyerlerin yanı sıra İHKİB Eğitim Vakfı Genel Sekreteri Süleyman Çakıroğlu ve Enstitü İstanbul İSMEK Genel Koordinatörü Canan Aratemur Çimen katılarak öğrencilere sertifikalarını verdi. İHKİB Eğitim Vakfı, hazır giyim ve konfeksiyon sektörünün ihtiyacı olan nitelikli iş gücünün eğitilerek sektöre kazandırılmasına yönelik Enstitü İstanbul İSMEK ile başka alanlarda da iş birliğinin devam etmesi yönünde çalışmalar yapılması üzerinde görüş alışverişinde bulundu.



İHKİB, Kültür Üniversitesi Meslek Yüksek Okulu öğrencileri ile buluştu

İHKİB'in eğitim faaliyetleri ile İHKİB Eğitim Vakfı ve İHKİB Kariyer İnsan Kaynakları Merkezi'nin faaliyetlerine ilişkin bilgi paylaşmak üzere 11 Mayıs'ta İstanbul Kültür Üniversitesi Meslek Yüksekokulu Moda Tasarım Bölümü öğrencileri ile bir araya gelindi.

İHKİB Eğitim Vakfı Genel Sekreteri Süleyman Çakıroğlu, öğrencilere sektörün nitelikli iş gücü ihtiyacını karşılama noktasında aldıkları eğitimin çok değerli olduğu bilgisini aktardı. Çakıroğlu, bu eğitimlerin üzerine İHKİB olarak düzenlenen bilgisayarlı kalıp kurslarına da iştirak edilmesinin, hazır giyim sektörünün ihracat yapan firmalarında istihdam olanağı bulunmasına önemli katkı sağlayacağına ilişkin bilgi verdi.

Ayrıca nitelikli iş gücünün sektöre kazandırılması için faaliyet gösteren İHKİB Kariyer Akademi



bünyesinde düzenlenen iş garantili eğitimlerle mesleki eğitim alan lise veya meslek yüksekokulu öğrencilerinin istihdamında İHKİB Kariyer İnsan Kaynakları Merkezi ile destek olduğu dile getirildi. İHKİB Eğitim Vakfı, bilgisayarlı kalıp eğitiminin yanı sıra kalite kontrol, dış ticaret uzmanı, modelhane şefi gibi iş garantili meslek edindirme kurslarına devam edileceğine dikkat çekti. Ayrıca istihdamda ihtiyaç duyulan nitelikli eğitilmiş iş gücünün sektöre kazandırılmasına ilişkin çalışmaların planlaması içinde olduğu açıklandı.



fazilet tekstil

SANAYİ ve TİCARET A.Ş.

1968' den beri



OEKO-TEX®
CONFIDENCE IN TEXTILES
STANDARD 100



BCI

Better
Cotton
Initiative

LENZING
EcoVero™

Örme Kumuşta Aradığınız
Kalite



info@fazilettekstil.com.tr

Seyitnizam Mah. Gümüşsuyu Davutpaşa Cad.
No : 17 / A Zeytinburnu / İstanbul / Türkiye

+90 212 513 97 70/ +90 212 528 20 29

+90 507 826 85 96 @fazilettekstil



www.fazilettekstil.com.tr

İTO Hazır Giyim ve Konfeksiyon Komitesi, DDM'nin faaliyetlerini inceledi



İSTANBUL Ticaret Odası (İTO) Hazır Giyim ve Konfeksiyon Meslek Komitesi ve Yönetim Kurulu Üyesi Servet Samsama, 12 Mayıs'ta İHKİB Başkanı Mustafa Gültepe'ye nezaket ziyaretinde bulundu. İHKİB'in yeni dönem hedef ve projelerinin görüşüldüğü ziyaret sırasında Servet Samsama ve beraberindeki Meslek Komitesi heyeti hem mevcuttaki hem de olası iş birliklerini değerlendirdi.

İTO Hazır Giyim ve Konfeksiyon Komitesi ve Yönetim Kurulu üyeleri, İHKİB'e gerçekleştirdikleri ziyaretin ardından İHKİB tarafından hayata

geçirilen Dijital Dönüşüm Merkezi'nin (DDM) faaliyetlerini yerinde inceledi. Tasarımdan Üretime: Türkiye'de Hazır Giyim Sektöründe Dijital Dönüşüm-AB IPA II Projesi kapsamında kurulan DDM'nin moda, tekstil, hazır giyim, üretim ve planlama alanlarında sektörün dijital dönüşümüne liderlik etmesi hedefleniyor. Deneyim, gelişim ve katma değer sağlamak amacıyla kurulan merkez; İstanbul Moda Akademisi (İMA) ile eğitim ve danışmanlık hizmetleri vermeyi amaçlıyor. Merkezde bulunan bölümler ve faaliyet alanları, İTO Meslek Komitesi tarafından ilgi ile incelendi.

Moda ve Hazır Giyim Federasyonu'ndan İHKİB'e ziyaret



MODA ve Hazır Giyim Federasyonu Başkanı Hüseyin Öztürk, 12 Mayıs'ta İHKİB Başkanı Mustafa Gültepe'yi ziyaret etti. Moda ve Hazır Giyim Federasyonu Yönetim Kurulu üyelerinin de yer aldığı görüşmede Hüseyin

Öztürk, yeniden İHKİB Başkanı olan Mustafa Gültepe'ye tebriklerini ilettili. Sektörün gündemindeki konulara ilişkin istişarelerde bulunulan görüşmede ayrıca yeni dönemde olası iş birliklerine yönelik fikir alışverişini gerçekleştirildi.



İHKİB'ten, AB fonlarına ilişkin tanıtım videosu

AB TÜRKİYE Delegasyonu, 9 Mayıs Avrupa Günü tanıtım çalışmaları çerçevesinde sosyal medya hesaplarında tanıtım videoları paylaştı. Rekabetçi Sektörler Programı kapsamında İHKİB tarafından yürütülen Tasarımdan Üretime: Türkiye'de Hazır Giyim Sektöründe Dijital Dönüşüm Projesi'ne ilişkin tanıtım videoları, sosyal medya hesaplarında Türkçe ve İngilizce olarak yayımlandı.

Videoda İHKİB tarafından IPA fonları kapsamında gerçekleştirilen ve yürütülen projelere ilişkin bilgiler paylaşıldı. London Collage of Fashion danışmanlığıyla 2007 yılında İHKİB tarafından kurulan İstanbul Moda Akademisi'nin (İMA) çalışmalarına değinilen videoda, İMA'nın tasarım ve sanat bilinci yüksek moda profesyonellerini sektöre kazandırmayı amaçladığı belirtildi. İMA'nın AB projelerinde sürdürülebilirliğin en güzel örneklerinden biri olduğu vurgulanırken yeni rotanın dijital dönüşüm olduğunun sinyalleri verildi. Türkiye'de hazır giyim sektörünün ilk ve dijitalleşme alanında en önemli merkezi olan İHKİB Dijital Dönüşüm Merkezi'nin (DDM) hazır giyimde, tasarımdan üretime son teknoloji ekipman ve yazılımlar ile sektöre verimlilik, hız kazandırmayı amaçladığı ifade edildi. Sektörün dijital dönüşümüne liderlik ederken deneyim, gelişim ve katma değer sağlamayı hedefleyen DDM'nin, geleceğin kapılarını ardına kadar açtığı belirtildi. 1998 yılında İHKİB tarafından kurulan Ekoteks'in çalışmalarının da yer aldığı tanıtım videosunda; kimya, ekoloji, biyoteknoloji, oyuncak ve ürün güvenliği testleri gibi dokuz farklı bölüme dikkat çekildi. ISO 17025 uluslararası geçerlilik sertifikası ve EA akreditasyonuna sahip Ekoteks'in, sektörün atık su kriterlerini belirleyen ZDHC'nin yetkili kuruluşu olduğu gösterildi.

30. Koza Genç Moda Tasarımcıları Yarışması için başvurular başladı

İHKİB tarafından bu yıl 30'uncusu düzenlenecek Koza Genç Moda Tasarımcıları Yarışması, yeni yeteneklerini arıyor. 1992 yılından bu yana yeni nesil tasarımcıları moda endüstrisine kazandırarak Türkiye'nin en etkileyici moda arşivini yaratan platform, sektörün gelişimini ve tarihini temsil ediyor. Yarışmanın bugüne kadarki 240 finalisti, günümüzde Türkiye'nin en tanınmış moda tasarımcıları olarak kendi markalarına veya moda dünyasının önde gelen markalarına yön veriyor.

Yarışmanın birincisi 60 bin TL, ikincisi 30 bin TL ve üçüncüsü 20 bin TL para ödülüne sahip olacak. İlk üçe girmeye hak kazanan tasarımcılar ayrıca yurt dışında eğitim desteği ve Türkiye'de bir yıllık İngilizce dil eğitimine katılma hakkı kazanacak ve uluslararası basında tanıtılacak. Finaldeki 10 yarışmacı ise atölye ve danışmanlık desteği, 15 bin TL değerinde koleksiyon hazırlama ve malzeme bedeli, İstanbul Moda Akademisi'nin Moda Tasarımı ve Yönetimi Master Class Diploma Programı'na katılma



fırsatı, sektörle ilgili uluslararası bir fuarı ziyaret hakkı ve Moda Tasarımcıları Derneği'ne bir yıllık üyeliğe sahip olacak.

30 yıldır Türk moda dünyasına Bahar Korçan, Özgür Masur, Zeynep Tosun, Hakan Yıldırım, Özlem Kaya ve Gül Ağış'ın da aralarında bulunduğu çok değerli isimler kazandıran ve sektörün sürdürülebilirliğine katkı sağlayan Koza Genç Moda Tasarımcıları Yarışması'na başvurmak için son tarih 14 Temmuz 2022 olarak belirlendi. Yarışmanın başvuru koşulları ile ilgili detaylı bilgiler ise www.kozayarismasi.com adresinde yer alıyor.

İHKİB, teknoloji yetkinlik merkezi MEXT'i ziyaret etti



İSTANBUL Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği (İHKİB) Yönetim Kurulu, 11 Mayıs'ta İHKİB Başkanı Mustafa Gültepe, Başkan Yardımcısı Jale Tunçel, Yönetim Kurulu Üyesi Mustafa Paşahan'ın katılımıyla Türkiye Metal Sanayicileri Sendikası (MESS) tarafından kurulan dijital dönüşüm, nesnelerin interneti ve üretim teknolojileri alanlarında yetkinlik merkezi olarak görülen MEXT Teknoloji Merkezi'ne ziyaret gerçekleştirdi. Ziyarette, MEXT Teknoloji Merkezi yetkililerinin merkez hakkındaki genel bilgilendirme sunumunun ardından katılımcılara detaylı bir merkez turu yapıldı.

Sektörün gündeminde ilk sıralarda yer alan sürdürülebilirlik

ve dijitalleşme konularında İHKİB tarafından Rekabetçi Sektörler Programı yürütülüyor. Tasarımdan Üretime Türkiye'de Hazır Giyim Sektöründe Dijital Dönüşüm Projesi'nde konsorsiyum ortaklarından MESS çatısı altında olan MEXT dijital fabrikayı ziyaret esnasında yakından deneyimleme, yenilikçi üretim teknolojilerini ve dijital dönüşüm süreçlerini derinlemesine inceleme fırsatı sağlandı. MEXT'in dijital dönüşümdeki deneyimlerinin yine proje kapsamında İHKİB bünyesinde kurulan İHKİB Dijital Dönüşüm Merkezi'nin sektör firmalarına sunacağı hizmetlere katkı sağlaması açısından faydalı olacağı belirtildi.

Avrasya Ekonomi Zirvesi tanıtım toplantısı yapıldı



İHKİB iş birliğinde Marmara Grubu Vakfı tarafından bu yıl 25'incisi düzenlenen Avrasya Ekonomi Zirvesi'nin tanıtım toplantısında konuşan İHKİB Yönetim Kurulu Üyesi Selçuk Mehmet Kaya, "23 milyar dolar ihracat için Avustralya'dan Amerika'ya dört kıtada global tanıtım atağı başlattık." dedi.

İHKİB, pandemi kısıtlamalarının kaldırılmasını fırsata dönüştürmek için küresel ölçekte bir tanıtım ve pazarlama atağı başlattı. Birlik, bu yıl hazır giyim firmalarının Amerika'dan Avustralya'ya dört kıtada toplam 21 fuara katılımına öncülük ederken en önemli ihracat pazarlarına 10 ticaret heyeti düzenleyecek.

İHKİB iş birliğinde Marmara Grubu Vakfı (MGV) tarafından düzenlenen Avrasya Ekonomi Zirvesi'nin 25'incisi 7-9 Haziran'da gerçekleştirilecek. 40'ı aşkın ülkeden siyasetçi, diplomat, akademisyen, inanç önderi ve iş insanının katılacağı zirvenin tanıtım toplantısında konuşan İHKİB Yönetim Kurulu Üyesi Selçuk Mehmet Kaya, Avrasya Ekonomi Zirvesi'nin Türkiye'de uluslararası ölçekte düzenlenen en prestijli sivil toplum organizasyonlarından biri olduğunu söyledi. Küresel sorunların mercek altına alındığı zirvenin Türkiye'nin tanıtımına da katkı sunduğunu anlatan Kaya, şöyle devam etti: "İHKİB olarak biz de moda endüstrimizin, ülkemizin bilinirliğini yükseltmek için çalışıyoruz. Pandemi küresel ticarete olağanüstü değişim ve dönüşüme yol açarken fırsatları da beraberinde getirdi. Biz bu fırsatları en iyi şekilde değerlendirmek için kolları sıvadık. Hazır giyim endüstrimizin tanıtımı konusunda yeni bir atak başlattık. 2023'te 26 fuara millî katılım için hazırlıklarımızı yapıyoruz. Fuarlarla yetinmeyerek, en büyük pazarlarımıza 10 ticaret heyeti düzenleyerek firmalarımızı yüzlerce nitelikli alıcı ile buluşturacağız. 2022'nin ilk ticaret heyetine katılan firmalarımız üç gündür İngiltere'de. Markalı ihracat yapan firmalarımız ile üçüncü büyük

pazarımız İngiltere'de yeni iş birlikleri geliştiriyoruz. Önümüzdeki hafta ABD'de spor giyim üreticileri ile ABD'li alıcıları buluşturduğumuz bir ticaret heyetimiz olacak. Yıllık 100 milyar dolar hazır giyim ithalatı olan ABD'ye hâlen bir milyar dolar düzeyinde bulunan ihracatımızı 5 milyar dolara çıkarmak istiyoruz. İlki 7 Haziran'da olmak üzere Rusya'ya hazır giyim ve yan sanayi ürün gruplarında iki ticaret heyeti düzenleyeceğiz. Gelecek aylarda sırada Almanya ve Fransa var. Fransa'da her yıl düzenlenen MAPIC'e organize perakende markalarımızla katılacağız. Özetle bu yıl sektörümüzü en iyi şekilde tanıtılabilmek için tüm fırsatları değerlendireceğiz."

"24-26 AĞUSTOS TARİHLERİNDEKİ IFCO İÇİN HAZIRLIKLARIMIZ DEVAM EDİYOR"

Kaya, sektörün yıllardır hayali olan ve Şubat ayında İstanbul Ticaret Odası'nın (İTO) iş birliğinde 500 firmanın katılımı ile ilkini gerçekleştirdikleri IFCO İstanbul Hazır Giyim ve Moda Fuarı'nın da sektöre büyük bir sinerji kazandırdığını vurguladı. 35 bin metrekare ile Avrupa'nın en büyük fuarı olan IFCO'yu, 12 bini aşkın yabancı alıcının ziyaret ettiğini hatırlatan Kaya, "24-26 Ağustos tarihlerinde ikincisini düzenleyeceğimiz IFCO için hazırlıklarımız devam ediyor. Ticaret Bakanlığımız tarafından yüzde 50 destek kapsamına alınan fuarımızın ikincisinde hem katılımcı firma hem de ziyaretçi sayısının çok daha yüksek olacağını öngörüyorum. Tüm bu çalışmalarla bu yıl 23 milyar doları geçmeyi planlıyoruz. Orta vadede 40 milyar dolarlık hedefe emin adımlarla ilerliyoruz" diye

İHKİB, Küresel Tedarik Zinciri ve Ticaret Konferansı'na katıldı

AMERİKAN Giyim ve Ayakkabı Derneği (Amerikan Apparel&Footwear Association-AAFA) tarafından düzenlenen Küresel Tedarik Zinciri ve Ticaret Konferansı, 24-25 Mayıs'ta gerçekleştirildi. İHKİB'in de katılımcı olduğu etkinlikte küresel ticaret zinciri ve ABD'nin ticaret politikasına ilişkin bilgiler paylaşıldı.

Konferansta, ABD-Çin ticaret savaşı ve pandemi kaynaklı etkilerin yanı sıra enflasyon, fiyat artışları, Rusya'nın Ukrayna'yı işgali ile yükselen enerji maliyetleri, diğer riskler, son dönemde ortaya çıkan ve deflasyon riski yaratan talep gerileme eğilimi sinyallerinin küresel tedarik zincirini tehdit ettiğine dikkat çekildi. Çin dışında alternatif tedarikçi arayışı, birçok üretici ülkede yaşanan ekonomik sıkıntı, siyasi belirsizlikler ve due diligence sorunlarının alım grupları ile markalar için sıkıntı yarattığı belirtildi. Meksika gibi ABD'nin STA'sı olan yakın ülkelerin öncelikli tercih olarak değerlendirildiğinin üzerinde duruldu.

Yeni dönem tedarik zincirinde sürdürülebilirlik konularının da gündeme getirildiği etkinlikte, AB'nin sürdürülebilirlik yaklaşımının tedarik zincirine etkileri değerlendirildi. Pandemi, stoksuz çalışmayı öne çıkarırken pandemi sonrası tedarik zincirinde tüketici talebinin belirsizliği, esnek çalışma modelinin gerekliliğini ortaya koydu. Konferansta Çin'e karşı uygulanan ambargo ile bu ülkeden ithal edilen



pamuklu hazır giyim ürünlerinde Sincan pamuğunun kullanılmadığının ABD gümrüklerinde kanıtlanması gerektiğine değinildi. Çözüm olarak sunulan pamuk menşe testi imkânlarının yaygın olmaması da karşılaşılan sorunlar arasında gösterildi.

ABD'NİN TİCARET POLİTİKASI ELE ALINDI

Konferansta ABD'nin ticaret politikasının yakından tedarik ve gelişmekte olan ülkeler ile Afrika'dan tedarik üzerine şekillendiğine dikkat çekildi. Dijitalleşmenin, küreselleşmeyi dönüştürdüğüne vurgu yapılırken Çin ambargosunun arkasında siyasi tercihlerin olduğuna değinildi.

İngiltere Ticaret Heyeti tamamlandı

İHKİB organizasyonunda gerçekleştirilen İngiltere Ticaret Heyeti, 23-26 Mayıs'ta düzenlendi. İngiltere, Türk hazır giyim sektörünün beşinci büyük ihracat pazarı konumunda. Türkiye ise yüzde 7,6'lık pay ile İngiltere'nin üçüncü büyük tedarikçisi. İHKİB, bölgeye kendi markaları ile ihracat yapan firmaların talepleri doğrultusunda bir ticaret heyeti organizasyonu planladı. COVID-19 önlemlerinin kaldırıldığı bu dönemde gerçekleştirilen heyette katılımcı profilleri, alıcı taleplerine göre belirlendi.



Koleksiyon üreten kadın hazır giyim markalarına yönelik başvurular dikkate alındı.

Heyete toplamda 12 Türk firma katıldı. Firmalar, İngiliz alıcılarla ikili iş görüşmesi gerçekleştirdi. Heyete katılan, firmalarla tanışan ancak ikili iş görüşmelerine katılmayan büyük bir department store ise seçtiği Türk firmalar ile 2 Haziran'da Dış Ticaret Kompleksi'nde 12 görüşme gerçekleştirdi. Bir diğer çevrim içi department store ile Türk firmalar, çevrim içi ortamda tanıştırdı ve ilerleyen dönemlerde ikili iş görüşmeleri gerçekleştirilmesi bekleniyor. İngiltere Ticaret Heyeti, firmaların İngiltere pazarında markalarını potansiyel alıcılarla buluşturmasına olanak sağladı. Satış yapmayı planladıkları pazarı ziyaret etmek, vitrin düzenlerine bakmak, fiyat politikalarını anlamak, modanın pazardaki yansımalarını yakından incelemek, koleksiyonlarını uyumlamak konusunda fikir sahibi olan firmalar, bu tarz heyet çalışmalarının kendilerine çok faydalı olduğunu belirtti. Firmalar, pazar ziyaretleri esnasında büyük perakencileri, Harrods, Harvey Nichols, Selfridge, Primark, Liberty gibi zincir mağazaları, Mayfair ve Marylebone Street gibi önemli bölgelerdeki butikleri, toptancıları ziyaret etme olanağı da buldu.

İTHİB, El Corte Ingles ve Hipercor alım heyetini gerçekleştirdi



İSTANBUL Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği'ne (İTHİB) üye firmalar, 17 Mayıs'ta İspanya'nın en büyük perakende firmaları arasında yer alan El Corte Ingles ve Hipercor firmasının üst düzey yetkilileri ile ev tekstili sektörü özelinde bir alım heyeti organizasyonunda bir araya geldi.

İTHİB koordinasyonunda gerçekleştirilen ikili görüşmelerde, ev tekstili sektöründe faaliyet gösteren ve sosyal uygunluk kriterlerine uygun üretim yapan firmalar, koleksiyonlarını tanıtmaya fırsatı buldu. İTHİB üyesi firmalar gerçekleştirilen heyet organizasyonu sonrasında, alım heyeti organizasyonunu son derece faydalı bulduklarını ifade ederek benzer faaliyetlerin artırılmasını temenni etti. El Corte Ingles ve Hipercor firmaları yetkilileri ise verimli geçen organizasyonun akabinde Türkiye'den tedarik ettikleri ürün kalemi sayısının ve miktarının artırılmasını hedeflediklerini vurguladı.

Üretici firmaların yoğun ilgisiyle gerçekleşen heyette; yatak çarşafı, yatak örtüsü, battaniye ve koltuk şalı gibi ürünler dikkat çekti.

Tercihim Tekstil Mühendisliği bursiyerleri, fabrika ziyareti gerçekleştirdi

TERCİHİM Tekstil Mühendisliği Burs Projesi kapsamında burs alan İstanbul Teknik Üniversitesi Tekstil Mühendisliği öğrencileri, 18 Mayıs'ta fabrika ziyareti gerçekleştirdi. Teknik tekstil ürünlerinin üretiminin yapıldığı fabrikaya gerçekleştirilen ziyaret, bursiyerler açısından oldukça verimli geçti.

Öğrenciler, ilk olarak firma yetkilileri tarafından gerçekleştirilen sunumu dinleyerek hem ev sahibi firma hakkında bilgi sahibi oldular hem de üretim süreçlerine ilişkin teknik ayrıntıları öğrendiler. Ardından fabrika ziyareti sırasında uyulması gereken iş güvenliği ilkelerine dair bilgi alan öğrenciler, sahaya inerek fabrika ziyaretinde bulundular. Bursiyerler, gerçekleştirilen fabrika ziyaretinde bir yandan ders programında yer alan üretim süreçlerini somut olarak gözlemleme fırsatı yakalarken bir yandan da süreçlere ilişkin merak ettikleri soruların cevaplarını



hâlihazırda yönetici pozisyonundaki tekstil mühendislerine yönelme şansına sahip oldular. Teknik tekstil üretim süreçlerine dair detaylı bilgiler alan bursiyerler, ziyaretin oldukça verimli geçtiğini ve ufuk açıcı olduğunu belirttiler.



AKILLI BİNALARIN, ÇATILARIN, ARAZİLERİN, OTOPARKLARIN
VE YÜZER GES'LERİN CAM CAM ÇİFT YÜZLÜ

PANEL LİDERİ GTC



- ✓ AA yangın koruma sınıfı,
- ✓ Çerçevesiz mekanik dayanıklılık,
- ✓ Çift yüzlü enerji,
- ✓ Estetik bütünlük,
- ✓ Yüksek enerji verimliliği bizimle mümkün..

sales@gtctrade.com

+90 416 290 35 35

+90 216 370 52 16

 /GtcSolar

 /GTCsolarsystems

 /gtcsolar

 /company/gtc-solar

 /GtcSolar

Futuretex İstanbul Yarışması için öğrencilerle bir araya gelindi

İSTANBUL İTHİB Uluslararası Kumaş Tasarım Yarışması, İstanbul Tekstil ve Konfeksiyon İhracatçı Birlikleri (İTKİB) Genel Sekreterliği bünyesindeki İstanbul Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği (İTHİB) tarafından 15 yıldır düzenleniyor. Bu yıl İTHİB tarafından Futuretex İstanbul markası çatısı altında iki ayrı yarışma düzenlenecek. FutureBase International Yarışması, Kumaş Tasarım Yarışması'nın devamı niteliğinde kurgulandı. FutureTech Yarışması ise İTHİB tarafından bu yıl ilk defa düzenlenecek olan teknik tekstil inovasyon, fikir ve proje yarışması olarak belirlendi.

FutureTech kategorisi yarışma koçu Özlem Süer ve FutureBase kategorisi yarışma koçu Tuvana Büyükçınar, üniversitelerin ilgili bölümlerine fiziki ziyaretler yaparak öğrencilere yarışmayı tanıtıcı sunumlar gerçekleştiriyor. Bu kapsamda FutureBase kategorisi yarışma koçu Tuvana Büyükçınar,



12 Mayıs'ta İstanbul Bilgi Üniversitesi Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu Tekstil ve Moda Tasarımı Bölümü öğrencileri ile Dolapdere Kampüsü'nde bir araya geldi. Büyükçınar, öğrencilere yarışmayı tanıtan bir sunum gerçekleştirdi.

FutureTech kategorisi yarışma koçu Özlem Süer ise 16 Mayıs'ta İzmir Ekonomi Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Moda ve Tekstil Tasarımı Bölümü, Ege Üniversitesi Mühendislik Fakültesi Tekstil Mühendisliği Bölümü, Dokuz Eylül Üniversitesi

Mühendislik Fakültesi Tekstil Mühendisliği Bölümü öğrencileri ile bir araya geldi. Gerçekleştirilen buluşmalarda yarışmaya yoğun ilgi gösteren öğrencilerin yarışmayla ilgili sorularına yanıt verildi.

İTHİB, CIRFS'nin 72. kuruluş yıldönümü konferansına katıldı

İTHİB Yönetim Kurulu Üyesi Mustafa Denizer, Brüksel'de organize edilen Avrupa Sentetik Elyaf Birliği'nin (CIRFS) 72. kuruluş yıldönümü konferansına katıldı. 24 Mayıs'ta gerçekleştirilen konferansta Denizer, "Türk tekstil sektörü, döngüsel ekonomi ve sürdürülebilirliğe bağlılık" başlıklı sunumunu gerçekleştirdi.

Sunumunda tekstil sektörünün büyük bir değişim süreci içinde olduğuna değinen Denizer, özellikle pandemi döneminde Türk tekstil ve ham maddeleri sektörünün büyük bir yatırım ve ihracat atağı başlattığını vurguladı. Denizer, "2019 yılında dünyanın en büyük altıncı tekstil



ihracatçısı olan Türkiye, beşinciliğe yükseldi. Sektör, 2021 yılında küresel ölçekten aldığı payı, yüzde 2,8'den yüzde 3,6'ya çıkardı. AB'nin en büyük ikinci tedarikçisi konumunda olan sektör, 2021 yılında AB'nin ithalatından aldığı payı yüzde 15'ten yüzde 17'ye yükseltti. 13 milyar dolar değerinde ihracatla Cumhuriyet tarihi rekoruna ulaşan sektörümüz, 2022'de 15 milyar dolar değerinde ihracata ulaşmayı hedefliyor. Hâlihazırda 4,6 milyar dolar ihracata ulaştık. Sektör istihdamı da pandemi döneminde artmaya devam etti. 2019 yılında 1 milyonun altında olan tekstil ve hazır giyim sektörlerinin istihdamı, 2022 yılında 1,2 milyona ulaştı." şeklinde konuştu.

KESİM HANE OTOMASYON SİSTEMLERİ

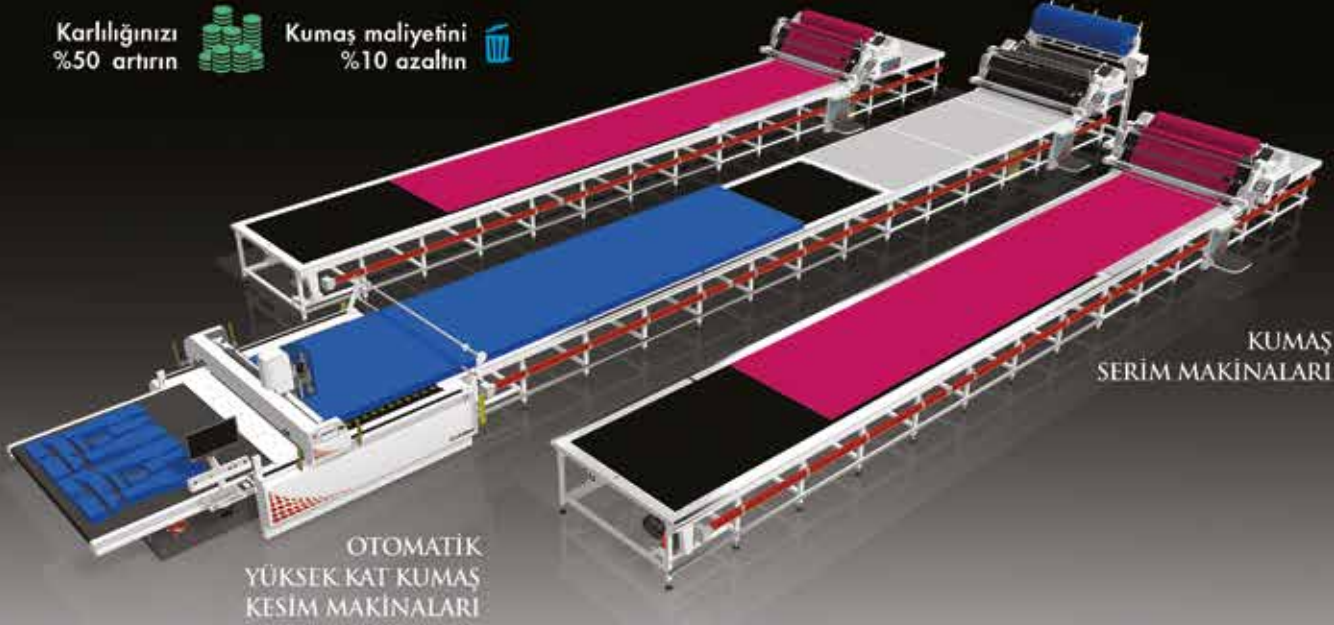
intelloCut



Karlılığınızı
%50 artırın



Kumaş maliyetini
%10 azaltın



KUMAŞ
SERİM MAKİNALARI

OTOMATİK
YÜKSEK KAT KUMAŞ
KESİM MAKİNALARI



CRYSTAL

OTOMATİK

TEK KAT KUMAŞ
KESİM MAKİNALARI



CRYSTAL

SADECE 500W İLE
9 DAKİKADA
BİR TAKIM ELBİSE



bierrebi
sheet cutting technologies

TÜP KUMAŞ
KESİM MAKİNASI
1 KİŞİ İLE 1 SAATTE
4.400 T-SHIRT



bierrebi
sheet cutting technologies

OTOMATİK
DANTEL
KESİM
MAKİNASI



özbilim
TEKSTİL MAKİNALARI SAN. TİC.LTD.ŞTİ.

Gürpınar, Adnan Kahveci Mah. Mehmetçik Cad. Şirin Sanayi Sitesi A-5-2 Blok Beylikdüzü-İstanbul/TÜRKİYE
Tel: +90 (212) 855 42 43 - 855 48 78 Fax: +90 (212) 855 36 38 e-Mail : info@ozbilim.com
www.ozbilim.com • info@ozbilim.com

17. Küresel Isınma Kurultayı düzenlendi

17. KÜRESEL Isınma Kurultayı, Çevre ve Geri Dönüşüm Teknolojileri Fuarı çerçevesinde 12 Mayıs'ta düzenlendi. Dünyayı tehdit eden iklim krizine karşı farkındalık oluşturulmasının hedeflendiği kurultaya, İTHİB Yönetim Kurulu Üyesi Sultan Tepe katıldı.

“Daha Yaşanabilir Kentler için Geri Dönüşüm Olmazsa Olmaz”

mottosuyla düzenlenen kurultayda, Sultan Tepe, Geri Dönüşüm Medyanın Bakışı başlıklı panelin moderatörlüğünü üstlendi. Panelin konuşmacıları

arasında EKOIQ Genel Yayın Yönetmeni Barış Doğru, İzmir Gazetecileri Cemiyeti Başkanı Dilek Gappi, EGD Yüksek İstişare Kurulu Üyesi Recep Erçin, Türkiye Gazeteciler Federasyonu Başkanı Yılmaz Karaca ve Number1 Genel Yayın Yönetmeni Volkan Öksüz yer aldı.



Panelde medyanın geri dönüşüm ve döngüsel ekonomi konularında kamuoyu yaratma görevinde hangi sorumlulukları üstlendiği ve yerel yönetimlerin döngüsel ekonomiye verdiği önem üzerinde duruldu. Ayrıca medyanın dijital dönüşümünün döngüsel ekonomiye hangi açılardan katkı sunduğu da konuşuldu.

Tekstil Sektörü Sürdürülebilirlik Eğitimi Mayıs ayı modülleri tamamlandı

İTHİB tarafından yürütülen Tekstil Sektörü Sürdürülebilirlik Dönüşümü Sertifikalı Eğitim Programı'nda Mayıs ayında sürdürülebilir tedarik zinciri yönetimi, kurumsal sürdürülebilirlik ve tekstilde sosyal uygunluk esasları konuları gündeme alındı.


İTHİB tarafından organize edilen Tekstil Sektörü Sürdürülebilirlik Dönüşümü Sertifikalı Eğitim Programı yoğun bir ilgi ile sürüyor. Program, sektörde sürdürülebilirlik alanında farkındalığın artmasına katkı sağlamayı amaçlıyor. 8 Mart'tan itibaren her salı ve perşembe günü çevrim içi olarak düzenlenen eğitim, toplamda 10 modülden oluşuyor.


Sürdürülebilir tedarik zinciri yönetimi ve kurumsal sürdürülebilirlik gibi konu başlıklarına değinen program kapsamında 10 Mayıs'ta gerçekleştirilen eğitime New Look Türkiye Sürdürülebilirlik Uzmanı Cem Özel konuk oldu. Yoğun ilgi ile takip edilen eğitim, 750 kişinin katılımıyla tamamlandı. 17 Mayıs'ta gerçekleştirilen Tekstilde Sosyal Uygunluk Esasları isimli eğitimin konuğu, Abiteks Sosyal Uygunluk Yöneticisi Özlem Gün oldu. Gün, konuyla ilgili deneyimlerini katılımcılarla paylaştı.




TEKNOLOJİNİN MODASI

Tekstil ERP Çözümlerimiz ile , pamuktan ipliğe, iplikten kumaşa, kumaştan boya, terbiye ve konfeksiyona kadar tüm karmaşık iş süreçlerinizi kontrol edin.

 **Live ERP**
İş Çözümleri Platformu

 **Live e-Defter**
Sentez Live e-Defter

 **Live e-Fatura**
Sentez Live e-Fatura


 **Live e-Arşiv**
Sentez Live e-Arşiv

 **Live VOGUE**
Konfeksiyon Üretim Takip Sistemi


 **Live DYE**
Tekstil Terbiye Takip Sistemi

 **Live WEAVE**
Dokuma Üretim Takip Sistemi

 **Live KNIT**
Kumaş Üretim Takip Sistemi

 **Live YARN**
İplik Üretim Takip Sistemi

 **Live POSITIVE**
Satış Yönetim Sistemi

 **Live SHOP**
Satış Noktası Yönetimi



 www.sentez.com

 www.twitter.com/SentezYazilim

 www.facebook.com/SentezYazilim

 **sentez**
business solutions

İDMİB, Eksposhoes Fuarı'nın açılışına katıldı

Eksposhoes Ayakkabı Moda Saraciye Fuarı'nın açılışını İDMİB Başkanı Güven Karaca, Türkiye Ayakkabı Sanayicileri Derneği (TASD) Başkanı Berke İçten, Ayakkabı Yan Sanayicileri Derneği (AYSAD) Başkanı Sait Vakkas Salıcı ve Eksposhoes Yönetim Kurulu Başkanı Erkan Demir yaptı.



YILIN ilk çeyreğinde 328 milyon dolar ihracata imza atan ayakkabı sektörü, yıl sonunda 1,5 milyar dolar hedefine ulaşmak istiyor. İhracatta yurt içi ve yurt dışı fuarların öneminin yüksek olduğu bilinirken sektörün küresel vitrini olarak nitelendirilen Eksposhoes Ayakkabı Moda Saraciye Fuarı, Antalya'da kapılarını açtı. Fuarın açılışını İDMİB Başkanı Güven Karaca, TASD Başkanı Berke İçten, AYSAD Başkanı Sait Vakkas Salıcı ve Eksposhoes Yönetim Kurulu Başkanı Erkan Demir yaptı. Bu yıl 12'ncisi düzenlenen fuarı Arnavutluk, Azerbaycan, Amerika Birleşik Devletleri, Avusturya, Bulgaristan, Beyaz Rusya, Gürcistan, İsrail, İtalya, Karadağ, Kazakistan, Kırgızistan, Kosova, Litvanya, Lübnan, Macaristan, Moldova, Özbekistan, Polonya, Romanya, Rusya, Sırbistan, Slovakya, Türkmenistan, Ukrayna ve Ürdün'den toplam 800 yabancı alıcı ziyaret etti.

"PAZAR ÇEŞİTLİLİĞİNİ ARTIRMALIYIZ"

İDMİB Başkanı Güven Karaca, yıl sonuna kadar hedeflerimize ulaşmak için çalışmalarımıza hızla devam edecek ve ayakkabı, mamul deri, kürk, saraciye, deri ve kürk giyim sektörleriyle ülke ekonomimize kesintisiz katkı sunacağız. Deri ve deri mamulleri sektörünün ilk dört ay ihracat rakamı, genel ihracat rakamının yedi puan üzerinde. Sektör olarak ihracat rakamlarımızı gelecek dönemlerde daha da artırmak ve katma değeri yüksek ihracata ulaşmak ana hedefimiz." dedi. TASD Başkanı Berke İçten ise Rusya'ya ambargo uygulayan bazı ülkelerin rotasını Türkiye'ye çevirdiğini söyledi. İhracatçı

sektörlerin dünyadaki fırsatları iyi değerlendirmesi gerektiğini ifade eden İçten, "Pazar çeşitliliği ön plana çıkıyor. 10 yıl önce en fazla ihracat yaptığımız ülkeler sırasıyla Rusya, Ukrayna, Irak ve Suudi Arabistan iken şimdi en fazla ihracat yaptığımız ülkeler Almanya, Rusya, İtalya ve İspanya oldu." dedi.



"ADIMLAR BARIŞA ATILSIN"

45 ülkeye ayakkabı ihracatı yapan İstanbul merkezli Bate Ayakkabı'nın Eksposhoes için özel olarak tasarladığı "Barış Ayakkabısı" fuara damgasını vurdu. Üzerine özel taşlarla "No War" yazılan ayakkabı, özellikle yabancıların ilgi odağı oldu. Eksposhoes Yönetim Kurulu Başkanı Erkan Demir, "Bu yılki temamız 'Adımlar Barışa Atılsın'. Dünya gündeminin ilk sırasında yer alan Rusya-Ukrayna savaşının bir an önce sona ermesi için özel olarak tasarladığımız ayakkabı ile Antalya'dan dünyaya barış mesajı vermek istedik. Eksposhoes, yabancı

alıcılar açısından adeta bir çekim merkezi hâline geldi. Bu durum bize Türk ayakkabı sektörünün tasarım, üretim kabiliyeti ve fiyat-kalite anlamında dünya ile rekabet edebildiğini gösteriyor. Buradaki gerçek başarı, zor şartlarda üretim yapan, istihdam yaratan ve Türkiye'nin toplam ihracatına aralıksız katkı sağlayan üretici firmalarımıza ait." dedi.

KSİAD, İDMİB'i ziyaret etti

KÜRK SANAYİCİLERİ ve İş Adamları Derneği (KSİAD) Başkanı Ali Yavuz Boynukısa ve Yönetim Kurulu üyeleri, İDMİB Başkanı Güven Karaca ve Yönetim Kurulu üyelerini ziyaret etti. 10 Mayıs'ta yapılan ziyarette KSİAD heyeti, İDMİB'in yeni yönetiminin hayırlı olmasını temenni etti. Kürk ihracatına ilişkin güncel verilerin değerlendirildiği ziyaret sırasında sektörün beklentileri, kürk ihracatının daha fazla güçlendirilmesi için yapılması gerekenler görüşüldü. Ziyaret kapsamında ayrıca kürk sanayi sektörünün gelecek dönemde katılım sağlayabileceği potansiyel fuar organizasyonları gibi önemli konularda istişarelerde bulunuldu.



Bursa Ticaret ve Sanayi Odası'ndan İDMİB'e ziyaret



BURSA Ticaret ve Sanayi Odası 33. Grup Komite Başkanı Mümin Çelik ve komite üyeleri, 10 Mayıs'ta İDMİB Başkanı Güven Karaca ve Yönetim Kurulu üyelerini ziyaret etti. Ziyarette gerçekleştirilen görüşmede Bursa'nın deri ve deri mamulleri ihracatına katkıları analiz edildi. Ayakkabı, deri ve deri mamulleri sektöründeki güncel gelişmelerin değerlendirildiği toplantıda, iki kurum arasındaki olası iş birliklerine yönelik görüş alışverişisi gerçekleştirildi.

İDMİB, TASD ile yeni dönem projelerini istişare etti

TÜRKİYE Ayakkabı Sanayicileri Derneği (TASD) Başkanı Berke İçten ve Yönetim Kurulu üyeleri, 9 Mayıs'ta İDMİB Başkanı Güven Karaca ve Yönetim Kurulu üyelerine hayırlı olsun ziyareti gerçekleştirdi. Ayakkabı sektörünün en güncel ithalat/ihracat verilerinin ışığında atılabilecek yenilikçi adımların değerlendirildiği toplantıda sektörde yapılması gereken iyileştirmeler görüşüldü. Deri ve deri mamulleri sektörünün fırsat alanlarının detaylıca ele alındığı toplantıda, Karbon Nötr OSB, saya tesisleri ve e-ihracat dâhil olmak üzere İDMİB'in yeni döneme ilişkin projeleriyle ilgili önemli fikir alışverişleri yapıldı.





Deri ve Deri Mamulleri Sektör Kurulu Toplantısı yapıldı

İHRACATCI birliklerinde, seçimli olağan genel kurulların ardından sektör kurulu toplantıları gerçekleştiriliyor. Bu kapsamda İstanbul Deri ve Deri Mamulleri İhracatçıları Birliği (İDMİB) de yeni dönem Deri ve Deri Mamulleri Sektör Kurulu toplantılarının ilkinin gerçekleştirdi. İDMİB ev sahipliğinde, 18 Mayıs'ta düzenlenen toplantıda İDMİB Başkanı Güven

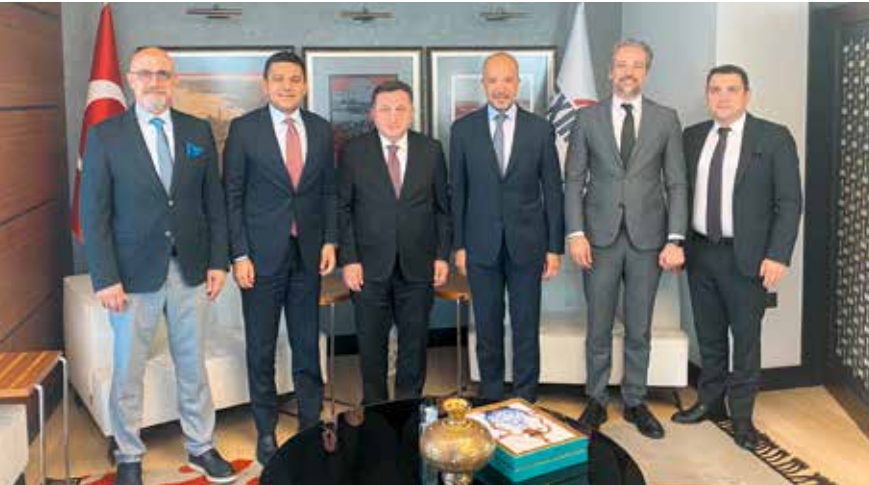
Karaca, Sektör Kurulu başkanlığına seçildi. İDMİB Yönetim Kurulu Üyesi Mustafa Şenocak ile Ege Deri ve Deri Mamulleri İhracatçıları Birliği (EDMİB) Başkanı Erkan Zandar ise Sektör Kurulu başkan yardımcılıklarına seçildi. Gerçekleştirilen toplantıda dış ticaret istatistikleri eşliğinde deri ve deri mamulleri sektörünün öncelikli gündem maddeleri ele alındı.

İDMİB ile TÜRDEV, iş birliği imkânlarını değerlendirdi



TÜRKİYE Deri Vakfı (TÜRDEV) Yönetim Kurulu Başkanı Gürkan Kopuz ve Yönetim Kurulu üyeleri, 25 Mayıs'ta İDMİB Başkanı Güven Karaca ve İDMİB Yönetim Kurulu üyelerini ziyaret etti. Gerçekleştirilen toplantıda, İDMİB'in yeni dönem projeleri değerlendirilirken eğitim konusunda TÜRDEV ile yapılabilecek iş birliği imkânları konuşuldu. İnsan kaynağı ve markalaşma konularında detaylı istişareler yapıldı.

İDMİB, Türk Eximbank Genel Müdürü'nü ziyaret etti



İDMİB Başkanı Güven Karaca ve İDMİB Başkan Yardımcıları Oğuz İner ile Burak Uyguner, 16 Mayıs'ta Türk Eximbank Genel Müdürü Ali Güney'i makamında ziyaret etti. Deri ve deri mamulleri sektörünün en önemli hedef pazarları arasında yer alan Rusya'nın, Ukrayna ile savaş hâlinde olması, sektörün gelişimini ve ihracatını da yakından ilgilendiriyor. Özellikle Rusya ve Ukrayna arasında yaşanan kriz nedeniyle sektörlerde faaliyet gösteren ve finansmana erişimde sıkıntı yaşayan ihracatçıların sorunları, Türk Eximbank Genel Müdürü Ali Güney ile gerçekleştirilen görüşme sırasında dile getirildi. Türk Eximbank Genel Müdür Yardımcısı Çağrı Altındağ'ın da katıldığı toplantıda, sektörün sorunlarına ve çözüm önerilerine ilişkin karşılıklı değerlendirmeler yapıldı.

İDMİB Akademi kuruldu

İSTANBUL Deri ve Deri Mamulleri İhracatçıları Birliği (İDMİB), bünyesinde kurduğu İDMİB Akademi ile firmaların zamana ayak uydurabilmesi ve yetkinliklerini artırabilmesi amacıyla zaman yönetimi, dış ticarete yönelik istihbarat uygulamaları, kurumsal iletişim, dış ticaret İngilizcesi dâhil olmak üzere birçok önemli konuda ihtiyaç duyulan bilgilere erişilebilmesini hedefliyor.

Faaliyetlerine başlayan İDMİB Akademi'de alanında uzman eğitmenler, şirket sahiplerinden çalışanlara, şirketlerin tüm bileşenlerine hitap eden ücretsiz seminer ve eğitimler gerçekleştirecek. Düzenlenecek olan eğitimlere ilişkin takvim, İDMİB'in web sitesinde ve sosyal medya hesaplarında yayımlanacak.

İLK SEMİNER AİLE ŞİRKETLERİNE YÖNELİK OLACAK İDMİB Akademi tarafından gerçekleştirilecek olan ilk seminerin, Eğitmen Dr. Burak Koçer tarafından verilmesi bekleniyor. Deri ve deri mamulleri



sektöründe faaliyet gösteren firmaların çoğunun aile şirketi olması nedeniyle 'Aile şirketlerinde kurumsal yönetim: Aile şirketinin sefası ve cefası' isimli ilk eğitim, aile şirketi yöneticilerine özel olarak organize edildi.



4. Ayakkabı Tasarım Yarışması'nda üretim süreci devam ediyor

İDMİB tarafından bu yıl dördüncüsü düzenlenecek olan Ayakkabı Tasarım Yarışması'nda üretim süreci tüm hızıyla devam ediyor. Finale kalmaya hak kazanan, kadın ve erkek kategorilerinde yarışan toplam 10 finalistin üretim sponsorları belirlendi. Bu kapsamda geçen Şubat ayından bu yana çalışmalarına devam eden finalistler, yarışma komitesi üyeleri İlhan Kuşeli ve İmdat Çalışkan ile yarışmanın kreatif direktörü Gamze Saraçoğlu'yla bir araya geldi.

11 Mayıs'ta Dış Ticaret Kompleksi'nde gerçekleşen

toplantıda, final gecesini heyecanla bekleyen finalistler ürünlerinin güncel hâline ilişkin bir sunum yaptı. Hem teknik anlamda hem de kreatif olarak bütün ürünleri tek tek inceleyen komite üyeleri, ortaya çıkan ürünlerle ilgili görüşlerini finalistlerle paylaştı.

Üretim aşamasında sorunla karşılaşan yarışmacılar için de yeni çözüm önerileri üretildi. Yarışmanın final gecesine yönelik hazırlıklar büyük bir titizlikle sürdürülmeye devam ediyor.

İDMİB Mayıs ayı Yönetim Kurulu Toplantısı'nı yaptı



İSTANBUL Deri ve Deri Mamulleri İhracatçıları Birliği (İDMİB), 2022-2026 dönemine ilişkin Yönetim Kurulu toplantılarının ikincisini 25 Mayıs'ta Dış Ticaret Kompleksi'nde Yönetim Kurulu üyelerinin geniş katılımıyla gerçekleştirdi.

Toplantıda ana gündem maddeleri olarak yeni çalışma döneminde oluşturulacak komiteler, 2022 yılında millî katılım organizasyonu yapılacak fuarlar

ile 4. Ayakkabı Tasarım Yarışması organizasyonu görüşüldü. Nisan ayında gerçekleştirilen Yönetim Kurulu toplantısından bu yana hayata geçirilen faaliyetlerin de değerlendirildiği toplantıda; ihracat, üretim, insan kaynağı ve eğitim alanlarında sektörlerin hedefleri, ilgili projeler ve yürütülen tüm faaliyetlerle ilgili güncel durumlar paylaşıldı; her bir faaliyet için bir sonraki adım üzerinde fikir alışverişleri yapıldı.

İDMİB, mesleki eğitim kapsamında öğrencilerle buluştu

İDMİB, eğitim ile ilgili çalışmalarını yürütmek üzere yeni yönetim döneminde İDMİB Eğitim Komitesi'ni oluşturdu. Komite çalışmaları kapsamında sektörün ihtiyacına yönelik yeni mesleki eğitim merkezleri kurulması ve hâlihazırdaki mesleki eğitim merkezlerine öğrenci alımı yapılması hususlarında ilgili okullar nezdinde görüşmeler sürdürülüyor.

Bu vesile ile 26 Mayıs'ta Zeytinburnu İDMİB Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi'nin düzenlediği ortaokullar düzeyindeki tanıtım toplantısında İDMİB Yönetim Kurulu Eğitim Komitesi Başkanı Hamdi Sarackardeşler, Emelda Deri Müdürü Tamer Savcıoğlu ve İTKİB Deri Sektör Şube Müdürü Çağrı Öztürk öğrencilerle bir araya geldi. Ortaöğretim öğrencileri ile buluşan sektör temsilcileri, deri ve deri mamulleri sektörünü tanıtarak kendi iş tecrübelerini paylaştı, sektörün sahip olduğu potansiyeli ve fırsat alanlarını örneklerle anlattı. Toplantıda söz konusu lisede yer alan saraciye ve deri konfeksiyon alanlarındaki



mesleki eğitim merkezinin 2022-2023 eğitim öğretim döneminde öğrenci alımı yapacağı, bir gün okulda, dört gün işletmede olmak üzere uygulamalı mesleki eğitim vereceği bilgilerine ve mesleki eğitim görmenin sağlayacağı avantajlara değinildi. Öğrencilerden gelen sorular cevaplandırılarak mesleki eğitime katılımları teşvik edildi.

Halı Kilim Tamirci Sertifikası Sınavı Düzenlendi



İSTANBUL Halı İhracatçıları Birliği (İHİB) tarafından her yıl gerçekleştirilen Halı Kilim Tamirci Sertifikası sınavı, 13 Mayıs'ta yapıldı. Bugüne kadar 250'ye yakın kişiye verilen halı kilim tamircisi sertifikası, gerçekleştirilen sınav sonrası hak kazanan kişilere gönderildi. Alınan eğitimlerin ardından bu sınava

girmeye hak kazanan kişiler, sertifikanın sahibi oldu.

Halı ve kilim tamiri, halı sektörünün en önemli alanlarından biri iken İHİB'in oldukça yoğun ilgi gören Hare Projesi ile birlikte, halı ve kilim tamirciliği daha geniş kitlelere duyuruluyor.

Halı Sektör Kurulu Toplantısı Gerçekleşti



HALI Sektör Kurulu Toplantısı, 18 Mayıs'ta Güneydoğu Anadolu İhracatçı Birlikleri binasında gerçekleşti. İstanbul Halı İhracatçıları Birliği (İHİB) ve Güneydoğu Anadolu Halı İhracatçıları Birliği'nin (GAHİB) Yönetim Kurulu üyelerinin katıldığı toplantıda, halı ihracatının yol haritası çizildi.

Toplantıya İHİB ve GAHİB'in sektör kurulu üyeleri katıldı. Toplantıda gerçekleştirilen seçimde Halı Sektör Kurulu Başkanı Salahattin Kaplan olurken Sektör Kurulu Başkan Yardımcıları ise İHİB Yönetim Kurulu Üyesi Uğur Uysal ve GAHİB Yönetim Kurulu Başkanı Abidin Kaplan olarak belirlendi.



GÜÇLÜ YÖNETİM REKOR İHRACAT

İstanbul Tekstil ve Konfeksiyon İhracatçı Birlikleri'nde (İTKİB) Nisan ayında seçimli olağan genel kurul toplantıları gerçekleştirildi. İhracatçı birliklerde yeni yönetim dönemleri başladı. İTKİB'e bağlı dört birliğin yönetim kurulu başkanları, yeni döneme ilişkin hedef ve stratejilerini ilk kez Hedef dergisine açıkladı.

İTKİB'E bağlı dört birlikte yeni yönetim dönemleri Nisan ayı itibarıyla başladı. Birlik başkanları, yeni döneme ilişkin hedef ve beklentilerini ilk kez İTKİB Hedef dergisine açıkladı. Öncelikleri, seçim sürecinde gözlemledikleri sorunlara ve küresel ticaretteki son gelişmelere yönelik düşüncelerini paylaşan başkanlar, pandemi döneminde sektörlerinin ortaya çıkan avantajlarını da anlattı. Birlik başkanlarının ortak hedeflerinin katma değerli ihracatı artırmak olduğu dikkat çekti.

İHKİB, DÖNÜŞÜME LİDERLİK EDECEK

İstanbul Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği'nde (İHKİB) yeniden başkanlık görevine seçilen Mustafa Gültepe, hazır giyim ve konfeksiyon endüstrisinin dönüşümüne liderlik yapacaklarının altını çizdi. Sektörün gündemindeki her konuyu tüm iş ortaklarıyla istişare ederek takip ettiklerini belirten Gültepe, sorunlara yönelik çözümler oluşturduklarını ve bunların sonuçlanması için çaba gösterdiklerini ifade etti. Yeni dönemde İHKİB'in önceliklerinden birinin "3D ile Şık Bir Gelecek" olduğunu belirten Gültepe bu kapsamda tüm üyelerine dokunacaklarını, rekabet oyunlarını büyütüp geliştireceklerini ve yeni nesil projelerle üyelerini destekleyeceklerini söyledi.

TEKSTİLİN GÜNDEMİ SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK OLACAK

İstanbul Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği'nde (İTHİB) de Ahmet Öksüz, ikinci kez başkan olarak seçildi. Ahmet Öksüz, katma değerli ve sürdürülebilir ihracat hedeflediklerini belirtti. Öksüz, AB pazarına ihracat gerçekleştiren tedarikçiler için sürdürülebilir tekstillerde farkındalığın ve kapasitenin artırılmasına yönelik özel bir teşvik mekanizması geliştirilmesinin önemini vurguladı. Sürdürülebilirlik konusunun her zamanki gibi odak noktaları olacağını belirten Öksüz, gerçekleştirecekleri tüm etkinliklerde recycle tekstil ürünleri, su kullanımının azaltılması, çevre faktörleri gibi başlıkları ön plana çıkaracaklarını açıkladı.

DERİ SEKTÖRÜ ÖLÇEK PROBLEMİNE ODAKLANACAK

İstanbul Deri ve Deri Mamulleri İhracatçıları Birliği'nin (İDMİB) yeni dönem başkanı Güven Karaca oldu. Güven Karaca, deri ve deri mamulleri sektörünün en önemli hedeflerinden birinin dünya ticaretinden aldıkları payı yükseltmek olduğunu dile getirdi. İhracatçı firmaların kendi başlarına altından kalkmakta zorlanacakları birçok soruna el birliği ile çözüm bulacaklarını belirten Karaca, sektörün dünya ithalatından aldığı payın sınırlı olduğunu söyledi. Projelerini bu hedefe ulaşabilmek için tasarladıklarını ifade eden Karaca, sektörün en önemli sorunlarından birinin ölçek problemi olduğunu da sözlerine ekledi.

HALI İHRACATININ ÜST SEVİYELERE ÇIKARILMASI HEDEFLENİYOR

İstanbul Halı İhracatçıları Birliği'nin (İHİB) yeni dönem başkanı, Ahmet Hayri Diler oldu. Diler, İHİB'in yeni dönemde en önemli hedeflerinden birinin ihracatı olabildiği kadar üst seviyelere çıkarmak olduğunu belirtti. Devletin değişik kurumlarından, İHİB ve sektör temsilcilerinden oluşan bir çatı kuruluş/enstitü vasıtasıyla el halısı üretiminin canlandırılması için gerekli girişimlerde bulunacaklarını söyleyen Diler, makine halısı tarafında da ham madde temini noktasında çalışmalar yapacaklarının altını çizdi. Sektöre yeni tasarımcılar kazandırmak amacıyla üniversite iş birliklerine devam edeceklerini de açıklayan Diler, sektörün kronikleşmiş sorunlarına yönelik çözüm önerileri geliştireceklerini söyledi.

Birlik başkanlarının yeni yönetim dönemlerindeki ortak hedefleri, ihracatı ve katma değeri artırmak.

İHKİB BAŞKANI MUSTAFA GÜLTEPE

“Sektörün dönüşümüne liderlik yapacağız”



SÜRDÜRÜLEBİLİR ve çevre dostu üretimin hazır giyim ve konfeksiyon sektörünün gündeminde olduğuna vurgu yapan İHKİB Başkanı Mustafa Gültepe, “Dönüşüm sürecini iyi yönetmek için güçlü bir strateji, donanımlı bir ekip ve kararlılık önem kazanıyor.” dedi.

Yeni dönemde İHKİB’in öncelikleri neler olacak?

Hazır giyim sektörü, Türk sanayisinin özgüvenini tazelemesinde ve kapalı ekonomiden uluslararası ekonomiye geçmesinde ciddi katkılar sağladı. Teknoloji ve dijitalleşmenin, sürdürülebilirlik temelindeki yeşil dönüşümün etkileri, sektörünün tüm aşamalarda yeniden organize olmasını gerektiriyor. Buna dünyada yaşanan ekonomik belirsizlikler de eklendiğinde dönüşüm sürecini iyi yönetmek için güçlü bir strateji, donanımlı bir ekip ve kararlılık önem kazanıyor.

Bugüne kadar İHKİB olarak tüm büyük dönüşümleri uzun dönemli stratejilerle planladık. Bugünkü dönüşüm için başlattığımız projelerin dayanağını, 2017 yılında oluşturduğumuz İHKİB Vizyon Belgesi ve Dört Dörtlük Çalışma Programı oluşturuyor. Yeni rekabet ortamında uygulayacağımız stratejik yönetim sistemi çerçevesinde tüm ekosistemin stratejik yönetim, dijitalleşme, sürdürülebilirlik, insan kaynakları ve kapasite geliştirme, tanıtım ve uluslararası entegrasyon, tasarım ve moda başlıklarında dönüşümüne liderlik yapacağız. 3D ile “Şık Bir Gelecek” için tüm üyelere dokunacağız, rekabet oyunlarını büyütüp geliştireceğiz. Yeni nesil

destekler ve projelerimizle üyelerimizin çalışmalarına katkı sunacak ve tüm sektörü dönüştüreceğiz.

Seçim sürecinde sektörlerle ve üyelerle olan görüşmelerinizde ihracatçıların beklentisinin neler olduğunu gördünüz?

Dünya tedarik zincirindeki değişimler sonucu uluslararası markaların taleplerinde rüzgâr lehimize dönmüşken maalesef üretim sürecini etkileyen birçok maliyet artışı ile karşı karşıyayız. Toplam maliyetimizin yüzde 40’ını oluşturan ham madde maliyetleri bizim için büyük önem taşıyor. Sektörümüzün ana ham maddeleri iplik ve kumaştaki türbülans fazlasıyla yaşadık. Fiyat tutturmakta, zamanında iplik ve kumaş tedarik etmekte zorlandık. Yerli hazır giyim üreticileri olarak ülkemizden iplik tedarik edemezken bu ürünlerin yurt dışındaki üretici ülkelere ihracatında olağanüstü artışlar oldu. Bu dönemde sektör derneklerimiz ve üyelerimizle istişarede bulunarak taleplerimizi bakanlığa ilettik. İplik fiyatlarında belirli bir normalleşme yaşandı. Yine de ham madde tedarikinde rekabetimizi olumsuz etkileyecek bir sorun yaşanmaması için iplik ve kumaş ithalatında alınacak önlemlerin, sektörümüzle istişare edildikten sonra alınması ve üretimi az olanların ithalatından önlemlerin kaldırılması taleplerimizi, bakanlığımıza çeşitli platformlarda aktarmaya devam ediyoruz.

Lojistik, pandemi sonrası değişen tedarik yolları sonucu hassasiyet kazanan bir konu oldu. Bazen ürünlerimizi sevk edecek konteyner bulmakta

zorlandık ya da çok yüksek fiyatlarla karşılaştık. TİM ve bakanlığımızla birlikte konunun bütün yönlerini masaya yatırdık, olası çözümleri değerlendirdik. Şimdilerde tüm dünya ve sektörler gibi biz de enerji krizinden etkileniyoruz. Enerji konusunun bir de yeşil dönüşüm boyutu var. Avrupa Yeşil Mutabakatı'nda (AYM) enerji, öncelikli alanlardan biri olarak belirlenirken enerji kullanan tüm sektörlerde enerji verimliliği ve yenilenebilir kaynaklar ağırlık kazandı. Uluslararası markaların çevre dostu enerji kullanımına ilişkin talepleri bir süredir artıyor. Bu taleplerden yola çıkarak İHKİB olarak 2019 yılında hazırlattığımız "Hazır giyimde ihracat odaklı yeni nesil yatırım teşvikleri" çalışmamızda yer alan sürdürülebilir enerji yatırımları, girişimlerimiz sonucu teşvik kapsamına alındı. Sektörümüzün gündemindeki her konuyu, tüm taraflarla istişare ederek takip ediyor, çözümler oluşturuyor ve bunların sonuçlanması için çaba gösteriyoruz.

Pandemi sonrası sektörün güçlenen ve zayıflayan yönleri neler oldu?

Sektörümüzün en önemli özelliği hızlı, esnek ve uyum kabiliyetinin güçlü oluşudur. Pandemi, sektörün bu özelliklerinin tekrar test edildiği bir dönem oldu. 2020 yılının Mart ayından itibaren tüm dünyada mağazalar kapanıp pazar erişimi durduğunda sektörümüz hemen organize olarak maske ve koruyucu giysi yatırımlarına yöneldi ve hızla bu alanda açığı kapatarak hem ülkedeki ihtiyacı karşıladı hem de tüm dünyaya 1,5 milyar dolara yakın maske ve koruyucu giysi ihraç etmeyi başardı. 2020 Mayıs ayından itibaren normalleşmenin başlamasıyla biriken taleplere hızla cevap vererek pandemiyeye rağmen yıllık ihracatımızı yüzde 3 küçülme ile tamamladık. 2021 yılında ise ihracatı yüzde 18,3 artışla 20 milyar doların üzerine çıkararak pandemi sonrası artan dünya talebinden en fazla yararlanan ülkelerden biri olduk. Pandemi döneminin hızlandırdığı dijitalleşme ve sürdürülebilirlik sürecine en hazırlıklı giren sektördük. Bunda İHKİB'in uzun stratejilere dayalı çalışma biçimiyle oynadığı liderlik rolünün önemi büyük. Dijital dönüşüm, karbon ayak izinin azaltılması ve geri dönüşüm odaklı projelerimizle bugünü ve geleceği dünden kurguladık. Bu hem sektör hem de ekip olarak hızlı, esnek ve hazırlıklı olduğumuzu gösteriyor.

AB'deki sürdürülebilirlik dönüşümü, hazır giyim sektörünü nasıl etkiliyor?

AB, en büyük ihracat pazarımız. Dolayısıyla bu pazarda meydana gelen değişim, en fazla bizi etkiliyor. Üretim süreçlerinin tüm aşamalarında şeffaflık ve verimliliğin kontrol edilebilmesi için güçlü bir dijital altyapıya ihtiyaç olacak. Firmalar, enerji ihtiyaçlarını güneş ve rüzgâr gibi yenilenebilir kaynaklardan sağlayacak. Güvenli moda öne çıkacak. Hazır giyim üretiminde dönüştürülebilir ve yeniden kullanıma imkân veren malzemeler tercih edilecek. Toplam üretim içinde "kullan at" anlayışı ile üretilen düşük maliyetli ürünlerin payı azalırken uzun ömürlü ürünlerin oranı artacak. Sürdürülebilir ürünlerin esnek bir üretim yapısıyla hızlı ve teknolojik süreçlerle kullanıcıya ulaştırılması önem kazanacak. Bu süreçler tamamlandıkça sektörümüzün katma değerli ihracatı artacak. Ayrıca AB'nin Sürdürülebilir Tekstil Stratejisi açıklandı. Burada da sektörümüze düşen büyük

sorumluluklar olacak. Sektörün bu büyük dönüşüme hazır olması gerekiyor. 2024 yılında yürürlüğe girecek dijital ürün pasaportunun sürdürülebilirlik, döngüsellik parametreleri, ürünün hacmi ve ürünün menşeyi bilgilerini de içermesini zorunlu hâle gelecek. Markalar ve üreticiler 1 Ocak 2025 tarihiyle birlikte hazır giyim ve tekstil ürünleri atıklarını kademeli olarak toplamak ve Genişletilmiş Üretici Sorumluluğu (EPR) kapsamında üreticiler, ürettiği atık kadar katkı payı ödemek zorunda kalacak. 2024 yılı itibarıyla ürünlerin çevresel sürdürülebilirliğine ilişkin zorunlu performans kriterleri devreye girecek.

Biz de gün geçtikçe yol haritası ve düzenlemeleri netleşmeye başlayan AYM sürecinde, sektörün hem kendi yapacaklarını hem de kamu düzeyinde yapılması gerekenlerle yaklaşımlarımızı belirlemek ve politikalar oluşturmak üzere Hazır Giyim Sektörü Sürdürülebilirlik Stratejisi hazırlıklarını başlattık; bu yılın ortasında tamamlanmış olacak. İHKİB olarak sürdürülebilir ve çevre dostu üretim konusu da gündemimizde. Sektörün sürdürülebilir üretim kapasitesinin artırılması için çeşitli çalışmalar yürütüyoruz. Kurumsal karbon ayak izi ölçümü ve hesaplanması, ürün yaşam döngüsü, iklim değişikliği, sera gazı emisyonu gibi konularda firmalarımıza eğitim veriyor, farkındalığın artırılmasına çalışıyoruz. Sektörün akıllı fabrikalara dönüşüm süreçlerini destekliyoruz. Sektörümüz, sürdürülebilir üretim altyapısında rakibimiz olan birçok ülkeye göre avantajlı konumda. Ancak önümüzdeki dönemde özellikle AB ve ABD gibi büyük pazarlarda rekabet gücümüzü koruyabilmemiz için sürdürülebilir üretim altyapımızı güçlendirmemiz gerekiyor. Bu konuda Sanayi ve Teknoloji Bakanlığımız ile AB iş birliğinde projelerimiz var. Rekabetçi Sektörler Programı kapsamında Yeşil Ekonomiye Geçiş Projesimiz çok önemli. AB'nin mali yardım aracı IPA III bünyesindeki projemizde tasarım aşamasındayız. Yine aynı kapsamda yer alan geri dönüşüm projemizle ilgili tasarım çalışmamız devam ediyor. "Tasarımdan üretime hazır giyim sektörünün dijital dönüşümü" başlıklı IPA II projemizin bir basamağı, sektörün çevresel standartlarının geliştirilmesini kapsıyor.

İHKİB'in iştiraki Ekoteks, uluslararası iş birlikleri ve üniversitelerimizin de katkısı ile Organik Türk Pamuğu Projesi'nin altyapısını tamamladı. Proje sayesinde kullandığımız pamuğun yüzde 100 organik olup olmadığı kolaylıkla anlaşılabilir. AB Sıfır Atık Yönetmeliği çerçevesinde kirli atık suların testlerinin Ekoteks'te yapılabilmesi için akreditasyon çalışmaları devam ediyor. Ekoteks'in kronik sorun olan denetim yorgunluğunun çözümü için geliştirdiği Türkiye Hazır Giyim ve Konfeksiyon Standardı ile de üretici firmaların sürdürülebilirlik ve kurumsal sosyal sorumluluk kapasitelerinin yükseltilerek sertifikalandırılmalarını sağlayacağız.

Sektörümüzün gündemindeki her konuyu, tüm taraflarla istişare ederek takip ediyor, çözümler oluşturuyor ve bunların sonuçlanması için çaba gösteriyoruz.

İTHİB BAŞKANI AHMET ÖKSÜZ

“Katma değerli ve sürdürülebilir ihracat hedefliyoruz”



TEKSTİL sektörünün ihracat kabiliyetini artırarak dijital dönüşümü hızlandırdıklarını söyleyen İTHİB Başkanı Ahmet Öksüz, “Nitelikli istihdam yetersizliğine çözüm üretiyor ve sürdürülebilir üretim süreçlerine tam entegrasyonu sağlamak için çalışıyoruz.” dedi.

Yeni dönemde İTHİB’in öncelikleri neler olacak?

İTHİB olarak yeni dönemde katma değerli sürdürülebilir ihracat hedefimiz kapsamında projelerimize, alternatif pazarlara dönük ihracat ataklarımıza ve uluslararası platformda gerçekleştirdiğimiz tanıtım çalışmalarımıza yenilerini ekleyeceğiz. Sürdürülebilirlik konusu yine odak noktamızda olacak. Gerçekleştireceğimiz tüm etkinliklerimizde recycle tekstil ürünleri, su kullanımının azaltılması, çevre faktörleri gibi başlıkları ön plana çıkaracağız. Sektörümüze yol haritası oluşturacak eğitim faaliyetlerimize devam etmenin yanında sürdürülebilirlik özelinde UR-GE Projemize de başlamanın heyecanını yaşıyoruz. Ticaret Bakanlığımızın hazırladığı Avrupa Yeşil Mutabakatı Eylem Planı çerçevesinde sürdürülebilirliğin ve döngüsel ekonominin sektörümüzdeki farkındalığını artırmaya devam edeceğiz. Geçen dönemde gerçekleştirdiğimiz ve uluslararası tüm paydaşları bir araya getiren Sustainability Talks

etkinliğini bu yıl da gerçekleştireceğiz. Tekstil sektörünün sürdürülebilirlik yol haritası niteliğinde olan Sürdürülebilirlik Rehberimizi 2022 yılında yayımlamayı hedefliyoruz. Mart ayında başlattığımız ve Haziran ayına kadar devam edecek olan Tekstil Sektörü Sürdürülebilirlik Dönüşümü Eğitim Programımız, 900’ü aşkın katılımcıyla devam ediyor.

İTHİB olarak dünyanın en prestijli fuarlarına millî katılım organizasyonu düzenliyoruz. Firmalarımızı uluslararası alıcılarla buluşturmanın yanında kendi fuarımız olan i of the World-New York Fuarımızla bir ilki başardık. Fuarımıza gelecek dönemde de devam edeceğiz. Ticaret Bakanlığımızın Uzak Ülke Stratejisi kapsamında pazar çeşitliliği sağlayarak ticaret heyetlerimizin niteliğini ve niceliğini artırmayı öngörüyoruz. 12 bin ziyaretçinin katıldığı Texhibition Fuarımızı Eylül ayında üç kat artırarak gerçekleştirmeyi hedefliyoruz. Tercihim Tekstil Mühendisliği gibi eğitim odaklı çalışmalarımızla sektörümüzün geleceğine hizmet etmeye devam edeceğiz. Sektörümüzde nitelikli personel ihtiyacını karşılama hedeflerimiz doğrultusunda bu yıl bir ilki daha hayata geçireceğiz. 15 yıldır gerçekleştirdiğimiz Uluslararası Kumaş Tasarım Yarışmamızı, Futuretex İstanbul markası altında teknik tekstiller sektöründe inovasyon ve fikir yarışması ile taçlandıracağız. Sektörümüzün ihracat kabiliyetini artırıyor, dijital

dönüşümünü hızlandırıyor, nitelikli istihdam yetersizliğine çözüm üretiyor ve sürdürülebilir üretim süreçlerine tam entegrasyonu sağlamak için çalışıyoruz. Küresel ligdeki konumumuzu koruyarak 2022 yılında 15 milyar dolar değerinde ihracatla yeni bir rekora imza atmaya ve uzun vadede dünyanın en büyük ilk üç tekstil ihracatçı ülkesinden biri olmayı hedefliyoruz.

Secim sürecinde sektörlerle ve üyelerle olan görüşmelerinizde ihracatçıların beklentisinin neler olduğunu gördünüz?

Lojistik krizleri, finansmana erişim sorunları ve enerji temini, firmaları en çok zorlayan darboğazları oluşturuyor. Geçen dönemlerde tecrübe ettiğimiz lojistik krizinin getirdiği tedarik zincirindeki bozulmalar, birçok pazarda kısıntıya ve ertelemelere yol açtı. Dünyada lojistik krizinde dalgalanmaların süreceğini net bir şekilde görebiliyoruz. Dünyanın yaşadığı lojistik açmazı, ülkemiz için bir fırsat barındırabilir ve sektörümüzün Asya ile Avrupa'ya buluşturan lojistik koridoru Türkiye olabilir. Yüksek enerji fiyatlarının üretim maliyetlerini artırması ile mücadele eden üreticiler için düzenli bir ham madde tedarik zinciri oluşturulmalı. Üretim maliyetlerini etkileyen kalemlerden iş gücü, ham madde ve enerji girdileri sektörün rekabetçiliğini belirleyen önemli unsurlar. Bu kalemlerde Türkiye'nin ortalama maliyetlerinin, genellikle Avrupa ve dünya ortalamalarının üzerinde olması rekabetçiliğimizi etkiliyor. Sektör olarak beklentimiz, istikrarlı kur politikası ile verimliliğin diğer bir ayağı olan girdi maliyetlerinin düşürülerek rekabet ettiğimiz ülkeler ile kıyaslanabilir duruma getirilmesi ve teşvik mekanizmalarının oluşturulmasıdır. Sektörümüzle bir araya geldiğimiz görüşmelerde en önemli konulardan birinin kullanılmış hazır giyim ithalatındaki engeller olduğunu gördük. Kullanılmış hazır giyim ithalatı gerçekleştirilebilmek için ürünün kırpıntı hâline dönüştürülmesi gerekiyor. Bu da sektörümüz için maliyetlerin artması ve süreçlerin uzaması anlamına geliyor. Zira tekstil ürünlerinin geri dönüştürülmüş materyallerle üretiminin teşvik edilmesi gerekirken ham madde niteliğine sahip, geri dönüştürülmek üzere ithal edilen hazır giyim ürünlerinin ithalatına izin verilmemesi sektörümüzün sürdürülebilirlik yaklaşımıyla uyumsuzdur. Beklentimiz, gümrük kontrolünde iç piyasa dengesini bozmayacak ve suistimallere yol açmayacak şekilde kullanılmış hazır giyim ithalatına izin verilmesi.

Beklentilere ve sorunlara yönelik ne tür önlemleri hayata geçirmeyi planlıyorsunuz?

AB pazarına ihracat gerçekleştiren tedarikçiler için sürdürülebilir tekstillerde farkındalığın ve kapasitenin artırılmasına yönelik özel bir teşvik mekanizması geliştirilmesi çok önemli. AB'de bu kapsamda önemli finansman kaynakları mevcut. Bizler de ülkemizde bu tarz destek mekanizmalarının geliştirilmesi için taleplerde bulunuyoruz. Ürünün katma değeri sadece tasarımla, kumaşın dokusu ile ölçülüyor; artık birçok sürdürülebilirlik denetiminden geçmek, karbon ayak izini azaltmak zorundayız.

Pandemi sonrası sektörün güçlenen ve zayıflayan yönleri neler oldu?

Salgın, lokasyondan bağımsız ticari hayata geçişi olağanüstü hızlandırdı ve tüm sektörleri dijitalleşmeye zorladı. Sektör olarak üretim süreçlerimizi pandemi gereklilikleri doğrultusunda düzenledik; gelişmelere hızla entegre olabildik. 2020 yılının ikinci yarısından sonra öngörülenin üzerindeki ihracat atılımlarımız da bunun en gerçekçi göstergesi oldu. İhracatımızı sürdürülebilir kılmak adına bu dönemde pek çok çalışmaya imza attık. E-ticaret, alternatif lojistik kanallar, sanal fuarlar ve dijitalleşmeye dair çalışmalar gerçekleştirdik. Sanal ticaret heyetleri üzerinde çalışmalarımıza hız kazandırdık. Pandemi sınavından başarıyla çıkanın ve en hızlı toparlanan sektörlerden biri olmanın mutluluğunu yaşıyoruz. Çok dinamik bir sektör olmanın avantajlarını başta AB olmak üzere tüm ülkelere ihracatta yaşadığımız artışlarla gözlemliyoruz. AB'nin ithalatındaki payımızı yüzde 15'ten yüzde 17 seviyelerine çıkarmanın yanında, 2021 yılında ihracat gerçekleştirdiğimiz 200 ülke ve bölgenin 96'sına Cumhuriyet tarihinin en yüksek ihracatını yaptık.

AB'deki sürdürülebilirlik dönüşümü, tekstil sektörünü nasıl etkiliyor?

AB Yeşil Mutabakatı, tüm sektörleri yakından ilgilendiriyor. İklim değişikliği, sektörümüzü direkt olarak etkileyecek bir sorun olarak karşımıza çıkıyor. Üyelerimize karbon ölçümleri ve iyi uygulama örnekleri konusunda destek olmak, üretimde verimlilik ve enerji tüketimini azaltmak gibi konularda topyekûn bir seferberlik başlattık. Bu kapsamda Tekstil Sektörü Sürdürülebilirlik Eylem Planı'nı açıkladık. Planımız çerçevesinde AB'nin sürdürülebilir ürün politikasına yönelik bilinçlendirme çalışmaları gerçekleştiriyoruz. Sürdürülebilirlik konusunda üyelerimizin farkındalığını geliştirmek, doğru bilgiye ve doğru uygulamalara tek elden ulaşabilecekleri güvenilir bir platform oluşturmak adına bir girişim başlattık. Ayrıca firmaların üretimden yönetim birimlerine kadar tüm platformlarını kapsayıcı nitelikte bir rehber hazırladık. Sürdürülebilirlik konusunda hazır giyim sektörümüzle IPA III Projesi'ni, diğer yandan İTHİB-İHKİB iş birliği ile sürdürülebilir tekstillere yönelik İSTKA Projesi'ni yürütüyoruz. Küresel markaların odak noktası hâline gelen sürdürülebilirlik konusunda farkındalık yaratmayı, sektörümüze daha fazla katma değer sağlamayı hedefliyoruz.

AB pazarına ihracat gerçekleştiren tedarikçiler için sürdürülebilir tekstillerde farkındalığın ve kapasitenin artırılmasına yönelik özel bir teşvik mekanizması geliştirilmesi çok önemli.

İDMİB BAŞKANI GÜVEN KARACA

“Amacımız dünya ticaretinden aldığımız payı yükseltmek”



SEKTÖRÜN tüm paydaşları ile yoğun bir iletişim hâlinde olduklarını belirten İDMİB Başkanı Güven Karaca, "Gelecek dönemde sektörümüzle birlikte yapacağımız değerlendirmelerle ortak sorunlarımıza, ortak çözümler bulacağımıza ve çözümleri etkili şekilde hayata geçireceğimize inancım tam." dedi.

Yeni dönemde İDMİB'in öncelikleri neler olacak?

İDMİB'in kurumsal kimliğine yakışır bir olgunluk ve çok yoğun bir katılımı Genel Kurulumuzu tamamladık. Oy kullanan ihracatçılarımızın büyük çoğunluğunun teveccühü ile başkanlık görevi, önümüzdeki dört yıl için bize layık görüldü. Seçimler bitti, artık sektör olarak hep beraber hareket etmeye, sorunlarımıza ortak çözümler üretmeye odaklanmak zorundayız. Yönetim Kurulumuzla beraber bu önemli görevi, seçimlerden önce açıkladığımız yol haritamız çerçevesinde yürütmek gayretinde olacağız. "Birlikte Hedefe" sloganıyla çıktığımız bu yolda ilk ve öncelikli amacımız ihracatımızı artırmak, dünya ticaretinden aldığımız payı yükseltmek.

Türkiye deri ve deri mamulleri sektörü olarak maalesef dünya ithalatından aldığımız pay sınırlı. Projelerimizi bu hedefe ulaşılabilmek için tasarladık. En önemli sorunlarımızdan biri ölçek problemi.

İhracatçılarımızın önemli bir bölümü büyük uluslararası alıcıların sosyal uygunluk kriterleri kapsamında talep ettiği şartları karşılamak noktasında zorlanıyor. Üretim alanlarının fiziki şartları ve kapasite sınırları da ihracatçılarımızı kısıtlayan alanlardan. Sürdürülebilir, takip edilebilir ve şeffaf üretim süreçleri; uluslararası büyük alıcıların en çok üzerinde durduğu konuların başında geliyor. Gelecek nesillere daha yaşanabilir bir dünya bırakmak hepimizin ortak sorumluluğu. Deri, yapısı gereği neredeyse sıfır atık ortaya çıkaran bir sektör. Özellikle tabakhane sektörümüzün gıda endüstrisinin atığını kullandığını, ekonomiye kazandırdığını unutmamamız gerekiyor. Kuracağımız Karbon Nötr OSB'de üretimin ağırlıklı olarak yenilenebilir enerji kaynakları ile yapılmasını, bu bölgelerde üretim yapan firmaların atıklarının, kurulacak enerji üretim tesisleri ile değerlendirilmesini ve nihayetinde sıfır atık üreteceğimiz bir yapı oluşturulmasını amaçlıyoruz. Enerji üretimi için uygun olmayan atıkları ise kaynağında ayrıştırarak ve uygun şekilde geri dönüştüreceğiz. Böylelikle ihracatçı firmalarımızın kendi başlarına altından kalkmakta zorlanacakları birçok sorunu el birliği ile çözeceğiz.

Dünya ithalatından aldığımız payı artırabilmek için daha etkin bir pazarlama yöntemi kullanmak

dâhil, çalışmalarımızı hızlandıracğız. VIP alım heyetleri olarak adlandırdığımız ve sektörümüzün önde gelen ithalatçı firmalarının karar vericilerini ülkemize davet ederek ihracatçı firmalarımızın tesislerinde B2B görüşmeler organize etmek, üzerinde yoğun bir şekilde çalıştığımız bir projemiz. Dijitalleşme, en çok önem verdiğimiz konulardan biri. Türkiye'nin ilk Dijital UR-GE Projesi'ni hayata geçiren birliğiyiz. İhracatçı firmalarımızın dijital altyapılarını güçlendirip dijital pazarlama kabiliyetlerini artırmak, üzerinde önemle durduğumuz bir konu. Ayrıca alanında Türkiye'nin en gelişmiş dijital B2B platformu olan turkishleather.com ve turkishshoes.com platformlarımızı daha da büyütmek, daha çok ihracatçımızı platformlara dâhil etmek, ilk aşamada hayata geçireceğimiz faaliyetlerimizden olacak. Nitelikli insan kaynağı istihdamının sağlanması için eğitim alanında atmamız gereken adımları biliyoruz. Bu kapsamda hem lisans öncesi hem de lisans ve sonrası döneme yönelik çalışmalarımızı sürdürüyoruz. Başarıya ulaşabilmek için tüm çalışmalarımızı eş zamanlı ve çok taraflı olarak sürdüreceğiz. Bu nedenle tüm sektör paydaşlarımızla iletişimi en üst düzeyde ve sürekli açık tutmaya çok büyük önem veriyoruz.

Seçim sürecinde sektörlerle ve üyelerle olan görüşmelerinizde ihracatçıların beklentilerinin neler olduğunu gözlemlediniz?

Sektörümüzün tüm paydaşları ile yoğun bir iletişim hâlindeyiz. Bu sadece seçim dönemine özel bir durum değil. Deri ve deri mamulleri sektörü bu güçlü kültürü çok uzun yıllardır geliştirmiş durumda. İhracatçılarımız hem bölgemizde hem de dünya genelinde birçok sorunla karşı karşıya. Sorunlar karşısında yılgınlığa kapılmak hiçbir zaman ihracatçımızın tevessül ettiği bir yöntem olmadı. "Daha iyiye nasıl ulaşırız?" sorusuna cevap arayarak kendimizi geliştirmeye odaklandık. Geriye dönüp baktığımızda ihracatçılarımızın ve sektörümüzün onlarca zorluğu aştığını, krizlerden büyüyerek çıktığını görüyoruz. Geçen dönemde sektörel derneklerimizle, ihracatçılarımızla bir araya gelerek sorunlarını ve taleplerini dinledik, çözümler aradık. TİM ve Ticaret Bakanlığı nezdinde koordinasyon içinde güçlü bir iş birliği yaptık. Sektörlerimizden gelen taleplerin çok büyük bir kısmını çözüme kavuşturduk. Gelecek dönemde yine sektörümüzle birlikte yapacağımız değerlendirmelerle ortak sorunlarımıza, ortak çözümler bulacağımıza ve çözümleri etkili şekilde hayata geçireceğimize inancım tam. Bu kapsamda kısa vadede enerji maliyetleri üzerindeki vergi yükünün azaltılması, orta ve uzun vadede ise kendi enerjisini üretmek isteyen işletmelerimize verilen desteklerin artırılması sektörümüzün beklentileri arasında.

Pandemi sonrası sektörün güçlenen ve zayıflayan yönleri neler oldu?

Deri ve deri mamulleri, ülkemizin en yüksek katma değerli ihracat sektörlerinden biri. Ancak maalesef diğer taraftan tüketicinin en kolay vazgeçtiği ürün gruplarının başında geliyor. Özellikle saraciye ile deri ve kürk konfeksiyon sektörlerimizin pandemiden

en çok etkilenen sektörler arasında yer aldığımızı gözlemliyoruz. Ayakkabı sektörümüz ise nispeten daha şanslı durumda. Pandemi döneminde tüketiciler rahat ayakkabılara yöneldi. Genel olarak pandemiden olumsuz anlamda en çok etkilenen sektörlerinden biri deri ve deri mamulleri oldu. 2021, özellikle ikinci yarısı itibarıyla sektörümüz açısından toparlanma yılı olarak kayda geçti. Sanayi sektöründe pandemiye ilişkin önlemlerle kapasite kullanım oranlarımızı yavaş da olsa artırarak üretime devam ettik. Firmalarımızın genellikle KOBİ niteliğinde olması, sermaye yapılarının yeterince güçlü olmaması, finansmana erişimde yaşadıkları sorunlar ve kur dalgalanmaları toparlanmanın etkisini kısıtladı. Sektörümüzün pandemi sürecinde dijitalleşmeye önemli yatırımlar yaptığını, e-ticaret alanında önemli kazanımlar elde ettiğini ifade edebiliriz. Pandeminin etkisinin azalması ve kısıtlamaların gevşetilmesiyle tekrar başlayan fiziksel fuarlarda firmalarımıza yönelik ilginin çok yüksek olduğunu sevinerek gözlemledik. Baktığımızda firmalarımızın pandemi sürecini hem model hem de üretim geliştirme anlamında çok verimli kullandıklarını görebiliyoruz.

Sektörün ihracat pazarlarının gelişmesi ve ihracatın artması konusunda hedefleriniz neler?

Son zamanlarda lojistik maliyetlerindeki artışlar ve küresel ticaret dengesindeki değişiklikler sonucunda yurt dışından ülkemize çok ciddi bir ilgi var. Kaliteli üretim altyapımız, hızlı teslimat avantajımız, yetişmiş insan kaynağımız ve merkez olarak tanımlanabilecek coğrafi konumumuzla küresel ticarete ön plana çıkıyoruz. Bu ilgiyi değerlendirebilmek, ihracat artışımızı sürdürülebilir kılmak ve ihracatımızda yükselen bir trend yakalamak öncelikli hedefimiz. Bu amaçla çalışmalarımızın en önemli parçalarından ikisi fuarlar ve B2B organizasyonları. Birlik olarak her iki organizasyonu da hem ülkemizde hem de dünyanın herhangi bir noktasında yapabilecek donanıma ve tecrübeye sahibiz. VIP alım heyetleri ile çok önemli küresel alıcıları ülkemizde ağırlıyor, ihracatçılarımızla talep sahibi firmaları bir araya getiriyoruz. Diğer yandan firmalarımızın üretim, pazarlama ve ihracat süreçlerinin dijital dönüşümünü hedef alan Dijital UR-GE Projesi'ni ve Türkiye'nin sektörel olarak en güçlü dijital B2B portalı www.turkishleather.com / www.turkishshoes.com'u hayata geçirdik. Bu alandaki çalışmalarımızın kısa ve orta vadede sektörümüze çok kıymetli katkılar yapacağına inanıyorum. İDMİB Yönetim Kurulu olarak bu alanlardaki faaliyetlerimizi geliştirerek sürdüreceğiz. Tüm bu çalışmalarımızın üzerine yenilerini ekleyerek 2022 yılının, pandeminin etkilerinin son bulacağı ve ihracatta yeni rekorlara imza atacağımız bir yıl olmasını temenni ediyorum.

İhracatçı firmalarımızın kendi başlarına altından kalkmakta zorlanacakları birçok sorunu el birliği ile çözeceğiz.

İHİB BAŞKANI AHMET HAYRİ DİLER

“İhracatımızı olabildiği kadar üst seviyelere çıkarmayı hedefliyoruz”



DOKUMA makine halısı, tufting makine halısı, dekoratif halı, kadife halı, el dokuma gibi halı gruplarının sorunlarını hızla inceleyeceklerini belirten İHİB Başkanı Ahmet Hayri Diler, “Üyelerimizin her an ulaşabileceği dâhilde işlem ve diğer sıkıntılarına hızlı çözüm üretebilecek bir Çözüm Destek Masası ekibi oluşturacağız.” dedi.

Yeni dönemde İHİB’in öncelikleri neler olacak?

İHİB olarak yeni dönemde İstanbul’u hak ettiği uluslararası bir halı fuarına kavuşuracağız. Domotex yetkilileriyle bir yıl İstanbul’da, bir yıl Hanover’de olmak kaydıyla uluslararası bir halı fuarı düzenleyeceğiz. Bunun yanında Hannover’daki Domotex Fuarı’na ek olarak Paris’teki Maison&Objet Fuarı’na da millî katılım gerçekleştireceğiz. Domotex Fuarı’na ek olarak Maison&Objet yetkilileriyle bir ayağı İstanbul’da olan ikinci bir fuar düzenleme görüşmelerini devam ettiriyoruz. Söz konusu fuar, bütün dekorasyon ürünlerini kapsayacak. Ev tekstili, züccaciye, mobilya gibi alanlarda faaliyet gösteren birliklerle iş birliği yaparak İstanbul’un ihtiyacı olan uluslararası bir fuarın organizasyonuna öncülük etmek istiyoruz.

Pazarlanan halılarımızın doğru bilgilerini içeren etiket zorunluluğu uygulamasıyla müşteri nezdinde

halılarımızın güvenilir bir emtia hâline gelmesini sağlamak adına yetkili kurumlarla görüşmelerimizi hızlandıracaktır. Ayrıca hazırlık aşamasını bitirdiğimiz, üyelerimizin ürünlerini pazarlayabilecekleri çok fonksiyonlu bir web portalı da kısa sürede hayata geçireceğiz. Türkiye, dünyanın en önemli halı merkezlerinden biri konumunda. Ülkemizde halen birçok müzemizin depolarında atıl durumda bulunan halıların sergileneceği tam teşekküllü bir müzeyi ülkemize kazandırmak istiyoruz. Bu konu ile ilgili yetkililerle görüşerek ülkemizin fazlasıyla hak ettiği, dünyanın en önemli müzelerinin baş köşelerinde sergilenen, batının çok sayıda ünlü ressamına ilham kaynağı olan halılarımızın kurulacak müzede görücüye çıkmasını sağlamak istiyoruz. Aksaray Sultanhanı’nda gerçekleştirilecek Organize Sanayi Bölgesi içinde bütün üyelerimize açık, bünyesinde showroom ve imalathaneleri barındıran Halıkent Projesi’ni hayata geçirmeyi planlıyoruz. Bu kapsamda Aksaray Valiliği ve Sultanhanı Belediyesi’yle iş birliği yapıyoruz.

Sektörümüze tasarımcı kazandırmak için üniversitelerimizle iş birliği yaparak her yıl düzenlediğimiz Halı Tasarım Yarışmamızı, daha da geliştirerek devam ettirmek istiyoruz. Kronikleşmiş sorunlarımızın en önemlilerinden biri olan Isparta

Halı İhtisas Gümrüğü'ne ek olarak yeni bir ihtisas gümrüğünün İstanbul'da açılması için resmî kurumlar nezdinde yılmadan girişimlerimizi hızlandıracağız. Katma değeri yüksek, tamir, yıkama, çekim gibi işlemlerin gerçekleştirilmesi için azımsanamayacak sayıda istihdam yaratma potansiyeline sahip antika halıların serbest olarak yurda getirilmesi için gerekli girişimlerde bulunacağız. Mikro ihracat ile yurt dışına gönderim yapan firmalarımızın bu performanslarının resmî ihracat rakamlarına yansımaları için çalışma yapıyoruz. Bunun için TİM ve Ticaret Bakanlığı nezdinde gereken girişimleri yapmaya devam edeceğiz. Mikro ihracat yoluyla yurt dışına gönderilen halıların, ihracat rakamlarına yansımadığını ve bu rakamın 400 milyon dolar civarında olduğunu tahmin ediyoruz. Pandemi yüzünden ara vermek zorunda kaldığımız, Anadolu'nun değişik yörelerinde daha önce düzenlediğimiz istişare toplantılarına devam edeceğiz. Böylece Anadolu'nun değişik yörelerinde büyük gayretlerle üretim gerçekleştiren üyelerimizin hem sorunlarını dinleyeceğiz hem de performanslarının artırılması, ihracatlarının yükseltilebilmesi yönünde çareler üretilmesi üzerine çalışmalar yapacağız.

Akademisyen, uzman ve İHİB Yönetim Kurulu'ndan seçilen bir ekiple uzun soluklu, Türkiye'de oldukça zengin olan yöresel dokumalarla ilgili ansiklopedik bir çalışmayı hayata geçirmek istiyoruz. Alive, Carpet Art ve halıcılıkla ilgili kitap ve katalog çalışmalarını devam ettireceğiz. Pandemi nedeniyle ara verdiğimiz Halı Haftası etkinliklerini sürdüreceğiz. ICOC yetkilileriyle uluslararası antika halı üzerine konferans ve fuarı, olabilecek en kısa sürede İstanbul'da düzenlemek istiyoruz. Firmalarımızın bulmakta zorlandıkları ara eleman yetiştirilmesi için meslek liseleriyle iş birliği yapacağız. Firmalarımızın kurumsallaşması, pazarlama, teşvikler, dâhili işlem, Eximbank kredileri, Yeşil Mutabakat'a uyum ve gerekli diğer konularda eğitimler düzenleyeceğiz.

Seçim sürecinde sektörlerle ve üyelerle olan görüşmelerinizde ihracatçıların beklentilerinin neler olduğunu gözlemlediniz?

Makine halısı üretimi için gerekli ham madde üretiminin mümkün olduğunca Türkiye'de yapılması konusunda girişimlerde bulunacağız. Seçim sürecinde sektörümüzün değişik gruplarıyla yaptığımız istişare toplantıları ve üyelerimizi ziyaretlerimiz sırasında enerji maliyetlerinde artış, lojistik krizi, ham madde tedariki, kârlılık oranlarındaki ciddi düşüşler gibi konular gündemdeydi. Tüm bu konulara yönelik düzenli aralıklarla istişare toplantıları yapmaya devam edeceğiz. Dokuma makine halısı, tufting makine halısı, dekoratif halı, kadife halı, el dokuma gibi halı gruplarının sorunlarının hızlı şekilde incelenerek üyelerimizin her an ulaşabileceği dâhilde işlem ve diğer sıkıntılara hızlı çözüm üretebilecek bir Çözüm Destek Masası ekibi oluşturacağız. Tasarım odaklı, katma değeri yüksek, inovatif ürünler imal edilmesi, yabancı dil bilen pazarlamacı, tasarımcı istihdamı, markalaşma konularında üyelerimizi ikna etme toplantılarını sürdüreceğiz. Amacımız, ihracatımızı olabildiği kadar en üst seviyelere çıkarmak.

Pandemi sonrası sektörün güçlenen ve zayıflayan yönleri neler oldu?

Pandemi döneminde insanların evlerinde daha çok vakit geçirmeleri, evlerinin dekorasyonlarını yeniden düşünmelerine sebep oldu. Bu durum genel anlamda halı ihracatımızın kayda değer bir oranda yükselmesini sağladı. El halısı açısından yurt dışından gelen taleplerin artması, tasarım odaklı, katma değeri yüksek halı ve kilimlerin üretilmeye başlanması, ihracattaki düşüşün durmasını ve uzun bir aradan sonra el halısı ihracatımızın kayda değer bir yükselişe geçmesini sağladı. Bu durumun kadın istihdamına, kırsal kalkınmaya büyük katkıları olacağından şüphe yok. Ülkemizin en önemli markası olan halı sayesinde dokuma makine halısı, tufting makine halısı, dekoratif halı ve kadife halı ihracatımızda önemli artışlar yaşadık. Pandemi sonrasında insanlar, daha çok tatil ve boş zamanlarını farklı şekilde değerlendirme konularına yöneldi. Bu durum halı ihracatımıza olumsuz yansımaya başladı. Makine halısı gruplarının ihracatını artırmak için tasarım odaklı, inovatif ürünler üretilmesi ve profesyonel pazarlamacı ekibi oluşturulması yönünde ikna toplantılarımız devam edecek. İstanbul'da düzenleyeceğimiz uluslararası iki önemli fuarın, ihracatımıza yapacağı önemli katkıların da altını çizmek istiyorum.

Türkiye'de el halıcılığını yeniden canlandırmak adına yeni dönemde ne tür çalışmalar yapmayı planlıyorsunuz? Devletin değişik kurumlarından, İHİB ve sektör temsilcilerinden oluşan bir çatı kuruluş/enstitü vasıtasıyla pilot bölgeler seçerek hâlihazırda dokumanın devam ettiği yörelerde, el halısı üretiminin canlandırılması için gerekli girişimlerde bulunacağız. "Üretim olmazsa ihracat da olmaz." mottosundan hareketle yüzde 100 millî kaynaklarla üretilen el halılarımızı, eski ihtişamlı yıllarına döndürmek için gerekli ekipleri oluşturarak sürdürebilir, katma değeri yüksek üretimi başlatmak istiyoruz. Bu konuda hazırladığımız, içinde detaylı çözüm önerileri içeren "Yeniden Yerli El Halısı" isimli kitabımızı yetkililerle paylaşarak ülkemizin en önemli zanaatını kurtarmak ve yükselmeye başlayan halı ihracatımıza ivme kazandırmak için gerekli girişimlerde bulunacağız. Halıcılığımızın bütün sorunlarının masaya yatırılacağı; resmî kurumların, akademisyenlerin, uzmanların ve sektör temsilcilerinin katılacağı geniş kapsamlı bir sempozyum düzenleyeceğiz.

Devletin değişik kurumlarından, İHİB ve sektör temsilcilerinden oluşan bir çatı kuruluş/enstitü vasıtasıyla el halısı üretiminin canlandırılması için gerekli girişimlerde bulunacağız.



ERHAN ASLANOĞLU
PİRİ REİS ÜNİVERSİTESİ REKTÖR YARDIMCISI

Para politikaları ve pariteler

Geçen yıl 1950'li yıllardan bu yana en güçlü büyümeyi yaşayan küresel ekonomide hem artan talep baskısı hem de yükselen emtia fiyatları ve tedarik sorunlarından kaynaklanan maliyet artışları, enflasyon oranlarını hızla yükseltmeye başladı.

➤ **MERKEZ** bankaları, geçen yılın sonundan itibaren sıkılaştırma sinyali vermeye başlamıştı. Bu yılın Şubat ayında Rusya-Ukrayna savaşı ile başta enerji ve tarım olmak üzere çok daha güçlü tırmanışa geçen emtia fiyatları, enflasyon oranlarında daha sert yükselişlere yol açtı. Bu tablo karşısında başta FED olmak üzere merkez bankaları, güçlü sıkılaştırma sinyali verdi ve adım atmaya başladı.

Geçen Kasım ayında 1,15 seviyelerinde olan euro/dolar paritesi 1,07 seviyelerine, 93 seviyesinde olan dolar endeksi 102 seviyelerine gelmiş durumda. Kısa vadede bir paranın değerini belirleyen temel faktörler; paranın fiyatı, yani faizi ve miktarıdır. İki ay önce yüzde sıfır olan FED politika faizi, muhtemelen yıl sonunda yüzde 2,5 seviyesine veya üzerine ulaşmış olacak. Aralık ayında hem FED kurul üyelerinin hem piyasanın 2022 sonu için politika faizi beklentisi, yüzde 0,75 idi. Beklentiler çok hızla yukarı gitti, muhtemelen daha da gidebilir. Yakın geçmişte, 2013 yılında tahvil alımını bitirdikten yıllar sonra bilanço küçültmeye başlayan FED, şimdi bu geçişi 2-3 aya indirmiş görünüyor. 9 trilyona gelen FED bilanço büyüklüğünün bir yıl içinde 1,1 trilyon dolar küçüldüğünü göreceğiz. ABD dolarının hem fiyatı hızla artıyor hem de miktarı azalıyor. Güçlenmenin en önemli nedeni bu durum. Diğer önemli rezerv para euro'ya baktığımızda, yüzde -0,40 olan politika faizinin yılbaşında 0,50 arasına gelme ihtimali var. Avrupa Merkez Bankası (AMB), 10 trilyon dolara yaklaşan bilançosunu küçültmeye başlasa bile çok ufak adımlar atacak gibi görünüyor. Önümüzdeki bir yılda FED ile AMB arasındaki bilanço büyüklüğü ve faiz farkı birkaç ay öncesine göre daha pahalı ve daha kıt ABD doları şeklinde ortaya çıkmış olacak.

BÜYÜME VE RİSK ALGISI

Doları euro karşısında güçlendiren bu fiyat ve miktar değişiminin yanında, pariteyi etkileyen bazı makro değişkenlerin de kısa vadede dolar lehine olduğunu görüyoruz. Bunlardan birisi büyüme, diğeri risk algısı diyebiliriz. ABD'nin büyüme ve işsizlik oranı, Euro Bölgesi'ne göre çok daha iyi durumda. Rusya-Ukrayna savaşına bağlı olarak bu yıl küresel büyüme tahminlerinde aşağı yönlü revizyonlar yapılıyor. En az etkilenmesi

Makalenin sesli versiyonuna QR kodu kullanarak ulaşabilirsiniz.



beklenen ülkelerden birisi ABD. Görece güçlü büyüme performansı, doları güçlendiren diğer bir faktör oluyor. ABD'nin savaş bölgesine uzak olması da risk algısını düşük tutuyor ve doların güçlenmesine katkıda bulunuyor. Bu anlamda Euro Bölgesi, İngiltere, Asya, Japonya daha büyük risklerle karşı karşıya.

Tüm bu göstergeler ABD dolarının kısa vadede güçlenmesinin devam etme ihtimalini artırıyor. Euro/dolar paritesi 1'e doğru gerileyebilir. ABD'de 1980'lerin başında enflasyon yüzde 15'lere geldiğinde dolar endeksi 150'nin üzerine çıkmış ve 100'lere dönmesi 7-8 yıl almış. Şu anda yaşanan enflasyonun o günden bugüne en yüksek oranda olduğunu düşünecek olursak doların 100'ün üzerinde daha da güçlenme potansiyelinin az olmadığını söyleyebiliriz.

DOLAR ZAYIFLAYACAK, EURO GÜÇLENECEK


Bununla birlikte orta ve uzun vadede doların zayıflama ihtimalini artıran çok sayıda faktör de bulunuyor. Bir paranın değerini belirleyen iki önemli faktör, ülkenin cari açığı ve bütçe açığıdır. Her ikisi de yerel paranın değeri, makroekonomik istikrar ve enflasyon açısından riskler içerir. ABD'nin bu yıl beklenen cari açığının GSYİH'ya oranı, -3,4. Euro Bölgesi'nde beklenen cari fazla ise yüzde 2,4. ABD'nin beklenen cari açığının GSYİH'ya oranı, yüzde 7,5. Euro Bölgesi'nde beklenen açık oranı, 4,3. Euro Bölgesi'nin vergi gelirinin GSYİH'ya oranı yüzde 45 iken ABD'de bu oran, yüzde 31. Genelde olduğu gibi zaman içinde bu oranların Euro Bölgesi lehine gelişme olasılığı yüksek.

Zaman içinde ABD dolarının aleyhine olabilecek bir başka gelişme, Rusya-Ukrayna savaşının alternatif ödeme sistemleri ve rezerv para gelişimini hızlandırma olasılığı diyebiliriz.

Özetle, orta ve uzun vadede doların zayıflamasını, euro'nun güçlenmesini daha olası görüyoruz.



Rusya-Ukrayna savaşına bağlı olarak bu yıl küresel büyüme tahminlerinde aşağı yönlü revizyonlar yapılıyor.



CNR KONFEK

Konfeksiyon Makineleri Fuarı Garment Machinery Exhibition

03-06 Ağustos August **2022**

İSTANBUL FUAR MERKEZİ
ISTANBUL EXPO CENTER






Sektörün En Büyük Buluşması

The greatest and
long-awaited event
reuniting the industry

Biletinizi hemen alın
Get your ticket now



www.cnrkonfek.com

  [cnr_konfek](https://www.instagram.com/cnr_konfek)
 [cnrkonfekfuari](https://www.facebook.com/cnrkonfekfuari)



+90 212 465 7474 +90 212 465 7476 - 77 | www.cnrexpo.com

BU FUAR 5174 SAYILI KANUN GEREĞİNCE TÜRKİYE ODALAR VE BORSALAR BİRLİĞİ (TOBB) DENETİMİNDE DÜZENLENMEKTEDİR. / THIS FAIR IS ORGANIZED WITH THE AUDIT OF TOBB (THE UNION OF CHAMBERS AND COMMODITY EXCHANGES OF TURKEY) IN ACCORDANCE WITH THE LAW NO.5174

CNRHOLDING





DESA CEO'su BURAK ÇELET

“Anadolu’ya yatırım yaparak çok doğru bir karar verdik”

Türkiye'nin küresel pazardaki en önemli temsilcilerinden biri olan ve yarım asırdır faaliyetlerini sürdüren Desa'nın, Anadolu'daki yatırımlarını ve yeni dönem hedeflerini CEO Burak Çelet ile konuştuk.

DESA CEO'su Burak Çelet, Düzce'de bulunan üretim merkezleri ve Çorlu'daki tabakhane yatırımları ile ilgili bilgiler verdi. Çelet, “Gururla söyleyebilirim ki Düzce'deki fabrikamız, 2019 yılında Türkiye'nin İtalya'ya yaptığı çanta ihracatının yüzde 71'ini tek başına gerçekleştirdi. Anadolu'ya yatırım yaparak çok doğru bir karar verdik diye düşünüyorum.” dedi.

DESA'nın yolculuğunu, dününden bugüne gelişimini nasıl değerlendirirsiniz? DESA, günümüzde küresel açıdan nasıl bir konuma ulaştı?

Bu sene Desa'nın 50. yılını kutluyoruz. Desa, kuruluşundan bu yana hem yurt içinde hem yurt dışında faal olmuş bir firma. Kurucumuz, babam Melih Çelet. Melih Bey, hâlâ Yönetim Kurulu Başkanımız. Her gün işe gelir, bu durum bize güven veriyor. Çünkü 50 yılın deneyimi, Türkiye'de birçok şeyi görmüş olmanızı gerektiriyor. Karşımıza çıkan birçok konuda danışabileceğimiz, çok bilgili ve deneyimli bir kurucumuz var. Desa, 1972 yılında ilk olarak ABD'ye çanta ihracatı gerçekleştirdi. 1973 yılında ise ilk mağazamızı Erenköy'de açtık. Desa'nın çıkış noktası çanta ile saracıyedir. Yıllar içinde talepler doğrultusunda yatay ve düşey entegrasyonumuza tamamladık. Türkiye'nin de çok ciddi değişim ve gelişim gösterdiği bir 50 yıl yaşadık. Perakendecilik tarafımız hızla büyüdü. Deri konfeksiyon imalatı, tabakhane kurulumu gibi dönüm noktalarımız oldu.

Dünya piyasasında çok farklı ve gurur duyulması gereken bir noktadayız. Çok ciddi entegre altyapıya sahip bir firmayız. Dünyadaki emsallere baktığımızda bizim kadar entegre olan çok az firma olduğunu görüyoruz. Dünyaca ünlü lüks markaların bir kısmı hâlâ bu entegrasyonu tamamlamaya çalışıyor.

AR-GE, inovasyon ve tasarım alanındaki yatırımlarınızdan bahsedebilir misiniz?

Moda sektöründe AR-GE ve inovasyon dendiğinde maalesef ülkemizde bu işi evrensel standartlarda kavramadığımızı görüyoruz. AR-GE ve inovasyon, teknoloji kullanıp kendi yaratıcılığımızla yeni bir şey ortaya çıkarmaktır. Markaların bu alana yatırımlarının çok küçük kaldığını, çok fazla tasarımcı istihdam edilmediğini gözlemliyoruz. Turquality firması olmamız bize bu noktada cesaret ve vizyon kattı. Uzun yıllardır bünyemizde çok kuvvetli bir tasarım ekibimiz

var. Uluslararası tecrübeye sahip kreatif direktörlerle çalışıyoruz. Geçmişteki kreatif direktörlerimiz Armani, Zara, Loro Piana gibi markaların; çalışmaya yeni başladığımız kreatif direktörümüz de Desigual'in ve Costume National'ın kreatif direktörüydü. Amacımız, genç arkadaşlarımızı yetiştirerek zaman içinde kendi kreatif direktörümüzü çıkarabilmek. Deri, çok özellikli ve teknik bir ürün. O yüzden deriyi tasarlayarak işe başlamak gerekiyor. Bu noktada tabakhanemiz ve laboratuvarımız olması çok önemli. Arkadaşlarımız, hayal ettikleri derileri önce tabakhanedeki mühendislerimizle birlikte çalışmalar yaparak üretiyor. Genel merkezimizde üç farklı ürün geliştirme birimi var. Yapılan ürünler, yine buradaki model mağazalarımızda sergileniyor, görsel düzenleme yapılıyor, siparişlerimiz yazılıyor ve üretime geçiliyor. Entegre yapımız sayesinde kreasyonlarımızı tasarımda tüketiciye üç hafta gibi kısa bir süre içinde ulaştırabiliyoruz. AR-GE ve inovasyon, bu işin kalbinde yer alıyor.

DESA'nın üretimi 15 bin metrekarelik Sefaköy'deki merkezinde gerçekleştiriliyor, bununla birlikte Düzce'de de üretim merkeziniz olduğunu biliyoruz. Bu merkezlerdeki üretim altyapısından, büyüklüğünden ve üretim hacminden bahsedebilir misiniz?

2005 yılında Düzce'deki yatırımımızı gerçekleştirdik. O dönemde Marks&Spencer'ın dünyadaki tek deri konfeksiyon tedarikçisiydik. Yılda 400 binden fazla deri konfeksiyon üretiyorduk. Yapılan pazar araştırmalarına göre İngiltere'de Oxford Caddesi'nde her beş kadının üçünün üzerinde bizim ceketlerimiz görülmüyordu. Deri dış giyimde İngiltere'de yüzde 16 pazar payına sahiptik. Fakat 2005 yılında Çin, Dünya Ticaret Örgütü'ne üye oldu. Bu süreçte ürünün emtialaşacağını, fiyatların hızla düşeceğini, department store segmentinin Türkiye'den tedarik

Tabakhanemizde son derece çevre dostu ve sürdürülebilir üretim yapmaya gayret ediyoruz.



konusunda zorlanacağını ve işlerin daha fazla Uzak Doğu'ya kayacağını öngördük. 2005 yılında Çin'e giderek bir buçuk ay boyunca tüm bölgelerini gezdim, yerel yönetimlerle, deri sektöründeki faal firmalarla görüştüm. Niyetimiz orada bir yatırım ya da ortaklık gerçekleşebilir mi diye araştırma yapmak. Yapılabileceğini gördük ama bizim kesinlikle orada olmamız gerekiyordu. Ya Çin'e gidip yerleşecektik ya da bu yatırımı Türkiye'de gerçekleştirip daha üst segment müşterileri hedefleyecektik. Türkiye'de ciddi imkânlar vardı. Anadolu'da İstanbul'a göre iş gücünün daha fazla olduğunu gördük. Bu yatırımı Anadolu'ya yapmaya karar verdik.

O dönemde Düzce, beşinci bölge teşviklerinden faydalanan ve İstanbul'a en yakın yerler arasındaydı. Düzce OSB'nin ikinci fabrikasını bu vesile ile kurduk. Sonuç olarak içinde duvarlar ve bölmeler olmayan, tüm makine ve teçhizatın tekerlekler üzerinde yer aldığı bir fabrika ortaya çıktı. İnsanlara iş tatmininin yüksek olması için birden fazla operasyonun öğretildiği, eğitimlerin verildiği bir tesis yaptık. Bu bize ciddi bir esneklik kazandırdı. Küçük adetleri de verimli şekilde üretebilen bir tesis oluştu. Fabrikayı deri konfeksiyon tesisi olarak kurmamıza rağmen zaman içinde karşımıza çıkan deri çanta müşterilerini de tatmin edebilmeyi başardık. Kuruluşundan bir sene sonra lüks markalara çanta yapabilir hâle geldik. Orada çalışan arkadaşlarımızın hiçbirinin sektör geçmişi yoktu. Eğitimler ve sınavlarla çalışanlarımızı lüks segmente üretim yapabilecek hâle getirdik. O dönemde lüks markalarla ilişkiler derinleşti. Gururla söyleyebilirim ki fabrikamız, 2019 yılında Türkiye'nin İtalya'ya yaptığı çanta ihracatının yüzde 71'ini tek başına gerçekleştirdi. Türkiye'nin kilogram başına ortalama ihracat değeri 1,2 dolar, sektörümüzünki ise 12 dolar civarındayken Desa olarak kilogram başına 140 euro'luk bir ihracat değerine yaklaştık. Bu, çok ciddi bir katma değer ve biz bunu Düzce'deki arkadaşlarımızla yapıyoruz.

Basit bir çantanın üretim süresi ortalama 40-50 dakikayken lüks segment ürünlerin tane başına üretim süresi yaklaşık 300 dakika. Anadolu'da iş gücüne ulaşmak çok daha mümkün. İstanbul'da insanlar çok hızlı iş değiştirebiliyor ama Anadolu'da insanları eğittiğiniz zaman sizinle uzun yıllar çalışabiliyorlar. Anadolu'ya yatırım yaparak çok doğru bir karar verdiğim diye düşünüyorum. Düzce'deki fabrikamız 20 bin metrekarelik bir arazi içinde 10 bin metrekarelik alanda bulunuyor. 570 kişiye istihdam sağlıyoruz.

Çorlu'da da tabakhane yatırımınız bulunuyor. Bu yatırım hakkında bilgi verebilir misiniz? Tabakhanelerin sürdürülebilirliği konusunda ne düşünüyorsunuz?

Çorlu'da 20 bin metrekarelik alanda bulunan tabakhanemiz, 1998 yılında kuruldu. İstanbul'un yakınında iki tane organize deri bölgesi olması ve Çorlu'da organize deri bölgesinde artırma tesisinin olması, Çorlu'yu tercih etme nedenlerimiz arasında yer aldı. Tabakhane, iyi yönetilmediği takdirde çok fazla çevre dostu olmayan ve yüksek miktarda su ile kimyasal kullanılan bir sanayi. Deri sektörü bu sebeple çok eleştiriliyor. Biz tabakhanemizde son derece çevre dostu ve sürdürülebilir üretim yapmaya gayret ediyoruz. Deri sektöründe dünyadaki en geçerli akreditasyon sistemi olan Leather Working Group'tan geçen yıl altın sertifika olarak dünyadaki en

**Japonya'dan İtalya'ya,
Amerika'dan Kore'ye
kadar her yerde
ürünlerimiz yer alıyor. Bu
da bize gurur veriyor.**

modern ve çevre dostu tekniklerle üretim yaptığımızı belgeledik. Tabakhanedeki laboratuvarımız da global bir sertifikaya sahip. Yeni AR-GE çalışmalarımızla doğada tamamen çözülebilen deri geliştirme üzerine çalışıyoruz. Sürdürülebilirlik konusunda çok ciddi yatırımlarımız var. Düzce'deki fabrikamızda sene sonuna kadar yüzde 100 yeşil enerjiye geçmeyi hedefliyoruz. Yağmur suyunu toplayan ve kullanan bir yapı kuruyoruz. Yeşil bir fabrikaya dönüşmeye gayret ediyoruz. AB Yeşil Mutabakatı için sektörümüz maalesef yeterince hazır değil. Daha vizyoner olmamız, fikir geliştirmemiz ve aksiyon almamız gerekiyor. AB'nin en önemli ihracat partnerimiz olduğunu düşünürsek bunları yapmadığımız takdirde sektörlerimiz çok zarar görecek.

DESA'nın yıllık üretim kapasitesi, istihdamı, yurt içi ve yurt dışı mağaza sayısı hakkında bilgi verebilir misiniz? Üretiminizin yaklaşık yüzde kaçını ihraç ediliyor?

Toplam istihdamımız bin 600 kişi civarında. Çorlu'daki tabakhaneimizde günde 5 bin ham koyun derisi, 8 ton dana derisi işliyoruz. Düzce'deki fabrikamızda ayda yaklaşık 20 bin adet çanta yapılıyor. İstanbul'daki fabrikamızda yaklaşık haftada bin adet konfeksiyon, 2 bin cüzdan, ayda 8 bin çanta üretiliyor. Türkiye'de 60 mağazamız var. Yurt dışında ise yaklaşık 180 lokasyonda, 34 ülkede kendi markamızla corner'larımız var. İtalya'da bir showroom'umuz bulunuyor. Japonya'dan İtalya'ya, Amerika'dan Kore'ye kadar her yerde ürünlerimiz en iyi butik ve çok katlı mağazalarda yer alıyor. Bu da bize gurur veriyor.

Normalde son derece dengeli bir ciro yapımız vardır ama ülkenin kondisyonlarına göre bu yapı değişebiliyor. Yüzde 50 iç piyasa, yüzde 50 ihracat olarak dağılan bir gelir yapımız var. Fakat günümüzde iç piyasa çok hızlı. Tüketiciler enflasyon korkusuyla gelecekteki alımlarını öne çekiyor. Bunun yanı sıra turistlerin cirodaki payı hiç olmadığı kadar arttı. Bu sene yüzde 60 iç piyasa, yüzde 40 ihracat şeklinde bir dağılım yaşıyoruz. Fakat ihracat tarafında da çok ciddi bir talep mevcut. Tüm müşteriler, kapasite artışı istiyor. Yıllar önce Uzak Doğu pazarına yönelen müşterilerimiz bugün geri dönüyor. Özellikle ABD'li markalardan yoğun talep var. Markalar, pandemi



1.600
Toplam istihdam



60
Yurt içi mağaza sayısı

180
Yurt dışı corner sayısı



34
Ülkeye ihracat



28.000
Aylık çanta üretim adedi

döneminde ve sonrasında tedarik zincirindeki zorlanmaların ne kadar büyük riskler yarattığını görmeye başladı. Türkiye'nin burada çok ciddi şansı oldu. Bu şansı değerlendirmemiz lazım.

Desa'nın kapasite artırımı konusunda yakın dönemde bir planlamanız var mı?

Şu an Düzce'deki fabrikamıza personel alımına ve personel eğitimlerine devam ediyoruz. 9 hattımız çalışıyor, 10. hattımızı da yakında açmayı planlıyoruz. Yurt dışında da yatırım planlarımız var. İtalya'da bir imalat tesisi açmakla ilgili ön araştırmalar yapıyoruz.

Yatırım konusunda devlet tarafından sağlanan teşviklerin yeterli olduğunu düşünüyor musunuz?

Türkiye'de yatırım konusunda en büyük problem inşaat ve toprak maliyetleri. Bir yatırım planladığımız zaman makine ve insan kaynağı yatırımlarından kat ve kat fazla arazi ve inşaat maliyeti ile karşılaşılıyorsunuz. Devletimiz, teşvik olarak bina yapım maliyetlerini karşılarsa ve ihracatçılarımıza uzun süreli kiraya verse yatırım ve yeni istihdam çok daha kolay olur. Ayrıca dünyaya ihracat yapmak istiyorsak Yeşil Mutabakat sürecinin önünde yer almamız gerekiyor. Bu konuda milli seferberlik ilan edip özellikle şirket sahiplerinden başlayıp eğitimler, danışmanlıklar vermeliyiz. Bu alandaki yatırımların daha fazla teşvik edilmesi gerekiyor diye düşünüyorum.

Pandemi süreci deri ve deri mamulleri sektörünü oldukça olumsuz etkiledi. Bugün gelinen noktada bu etkilerin son bulduğunu söylemek mümkün mü?

Deri sektörü; ayakkabı, ham deri, çanta ve konfeksiyon alt sektörlerinden oluşuyor. Pandemi sonrasında ayakkabı sektörü çok ciddi bir çıkış yakaladı. Türkiye'de bu konuda önemli bir kapasite ve bilgi birikimi oluştu. İşlenmiş deri ihracatı, en büyük ikinci sektör hâline geldi. Bu alanlarda sıkıntı görmüyorum. Saraciyeye sektörü de kendini toparlamaya başladı. Şu anda en büyük sıkıntı deri konfeksiyon tarafında. Bunun sebebi Rusya-Ukrayna savaşı, deri konfeksiyon ihracatı bu bölgede yoğunlaştığı için o pazarlarla çalışan firmalarımıza destek olunmalı ve kapasitenin yok olmasına mani olunmalı.



AVRUPA'NIN YALNIZ KALESİ İNGİLTERE



İki dünya savaşı öncesinde dünya topraklarının dörtte birini kaplayan İngiltere, 2020 yılında Avrupa Birliği'nden ayrılan ilk ülke olarak tarihe geçti. Uzun süren Brexit döneminin ardından başta ticari ve ekonomi olmak üzere birçok kuralını yeniden yazan ülke, Türkiye'nin en önemli ticaret ortaklarından biri olmaya devam ediyor.

DÜNYANIN önde gelen ticaret güçlerinden biri olan İngiltere, Almanya ve Fransa'dan sonra Avrupa'nın üçüncü, dünyanın ise beşinci büyük ekonomisi konumunda. Verimli bir tarım sanayisine sahip olan ülkede kömür, doğal gaz ve petrol kaynakları bulunsu da son yıllarda bu rezervlerin azaldığı gözleniyor. 2005 yılından beri enerji ithalatçısı olan İngiltere'de ekonomik büyümenin temel itici güçleri arasından bankacılık, sigortacılık ve ticari hizmetler bulunuyor. 2008 yılındaki küresel finans krizi, İngiltere ekonomisinin resesyona girmesine neden oldu. Ekonomi yıllar içinde toparlanmayı başardı fakat 2016 yılında AB'den ayrılmak için yapılan referandum sonrasında yavaşlama süreci başladı.

İngiliz sterlininin değer kaybetmesi, tüketici ve üretici fiyatlarını artırdı. İngiltere ekonomisinde en önemli endüstrilerin başında tekstil ve hazır giyim, elektronik, metal, kimyasal, kömür, petrol, gıda ve kâğıt ürünleri geliyor.

İNGİLTERE'YE İHRACAT ARTIYOR, İTHALAT AZALIYOR

İngiltere'nin ihracatında ilk sırada yer alan ülkeler; 59,8 milyar dolar ile ABD, 39,5 milyar dolar ile İsviçre, 38,8 milyar dolar ile Almanya, 34,3 milyar dolar ile Hollanda oldu. İngiltere ithalatında ilk dört ülke ise 91,1 milyar dolarla Çin, 75,1 milyar dolarla Almanya, 59,7 milyar dolarla ABD, 42,9 milyar dolarla Hollanda oldu. 2021 yılında Türkiye'nin İngiltere'ye ihracatı yüzde 26,3 artışla 13,2 milyar dolar, İngiltere'den ithalatı ise yüzde 0,4 oranında azalışla 5,6 milyar dolar değerinde gerçekleşti ve 7,6 milyar dolar dış ticaret fazlasına ulaşıldı.

IMF'e göre 67 milyon nüfuslu İngiltere'nin gayri safi yurt içi hasılası 3,1 trilyon dolar civarında. Kişi başına düşen gayri safi yurt içi hasılanın 46 bin 200 dolar olduğu ülkenin büyüme oranı yüzde 6,8, toplam işsizlik oranı ise yüzde 3,9. 2021 yılında İngiltere'nin ihracatı, bir önceki yıla kıyasla yüzde 15,9 oranında artarak 459 milyar dolara yükseldi, ithalatı ise yüzde 9 artışla 691 milyar dolar oldu. İngiltere, bu rakamlar ile dünyanın en büyük 12'nci ihracatçısı ve en büyük beşinci ithalatçısı konumuna ulaştı.

Haberin sesli versiyonuna QR kodu kullanarak ulaşabilirsiniz.



İNGİLTERE DİŞ TİCARET POLİTİKASI

- İngiltere, 1973 yılında üyesi olduğu AB'den ve Gümrük Birliği'nden ayrılarak bağımsız dış ticaret politikası yürütme kararı aldı.
- İngiltere'nin AB üyelikinden ayrılma süreci olan Brexit, 31 Ocak 2020 tarihinde gerçekleşti. 31 Aralık 2020 tarihine kadar olan geçiş sürecinde ülke, Gümrük Birliği üyesi olarak kalmaya devam etti.
- AB ile 24 Aralık 2020 tarihinde Serbest Ticaret Anlaşması (STA) imzalayan İngiltere, Türkiye ile de 29 Aralık 2020 tarihinde bir STA'ya imza attı. STA kapsamında belirlenen menşee kurallarını karşılayan Türkiye menşeli hazır giyim ve konfeksiyon ürünlerinin İngiltere'ye gümrük vergisiz ihracatı mümkün hâle geldi.
- Türkiye-İngiltere STA'sında EUR. 1 Belgesi düzenlenmesi gerekliliği aranmadan fatura üzerine yazılı ya da dilekçe formatındaki menşee beyanı ile ihracat gerçekleştiriliyor.
- Üretimde AB menşeli girdiler, gümrük vergisi olmaksızın kullanılabilir.
- Üretimde kullanılan üçüncü ülke girdilerine ait gümrük vergileri için telafi edici vergi doğmuyor.



72,3 milyon dolarlık deri ve deri mamulleri ihracatı gerçekleştirilen İngiltere, sektörün altıncı büyük pazarı.

İNGİLTERE PAZARINDA DİKKAT EDİLMESİ GEREKEN NOKTALAR

- İngiltere'de yerleşmiş iş disiplini, ilke ve usullerine dayalı ciddi ve profesyonel bir iş anlayışı hâkimdir. Yapılan anlaşma şartlarına uygun hareket etme yönünde yerleşik bir anlayışın ürünü olarak özellikle kalite ve mal teslimi konusunda belirlenen kriter ve zaman unsurları her zaman uyulması beklenen konular arasındadır. Bu konularda olabilecek her türlü aksama ve gecikme konusunda önceden bilgi sahibi olunması, karşılaşılabilecek muhtemel sorunları asgariye düşürecektir.
- Toplantılarda zamanında olmak çok önemlidir.
- İngiliz iş adamları kısa süreli iş ilişkilerinden ziyade daha uzun vadeli iş ilişkilerini benimsemektedir.
- Karar verme sürecinde İngilizler, kişisel tecrübe ve hislerinden ziyade var olan yasa ve kuralları kullanır. Organizasyonun her seviyesinde iş insanları için temel otorite, şirket politikasıdır.
- Pazarlama alanında saldırgan veya sert satış teknikleri, İngiltere'de tercih edilmemektedir. Ayrıca başka bir firmanın ürünü hakkında kötü iddialarda bulunmak hoş karşılanmamaktadır.
- İş toplantılarında fiziksel temas, olumlu bir işaret olarak algılanabilir. İngiliz iş kültürü yoğun bir şekilde hiyerarşik bir yapıya sahip olsa da ekip çalışması çok önemlidir. Bu durum, özellikle kararların etkili olduğu zamanlarda daha fazla önem taşımaktadır. En yüksek seviyedeki kişiye kararı iletmeden önce oy birliğine ulaşılır.
- Karar verme süreci yavaş, detaylı bir eğilim içindedir. Karar verme sürecine baskı uygulamak ve aceleci davranmak doğru olmayabilir. İngilizlerin "hayır" demek için tereddüt etmeyeceği bilinmektedir.

İNGİLTERE, DÜNYANIN BEŞİNCİ BÜYÜK HAZIR GİYİM İTHALATÇISI

İngiltere, yüzde 6 pay ve 30,1 milyar dolar değerinde ithalat ile 500,2 milyar dolar değerindeki dünya hazır giyim ve konfeksiyon ithalatında beşinci sırada yer alıyor. Küresel açıdan bakıldığında dünyanın en büyük hazır giyim ve konfeksiyon ithalatçısı ülkeler sıralamasında ilk dörtte yer alan diğer ülkelerin sırasıyla ABD, Almanya, Japonya ve Fransa olduğu görülüyor. İngiltere'nin en büyük hazır giyim ve konfeksiyon tedarikçisi, 5,8 milyar dolar değerindeki ithalat ve yüzde 24,3 pay ile Çin. Çin'i Bangladeş takip ederken İngiltere'nin en büyük üçüncü tedarikçisi Türkiye. Türkiye'nin İngiltere hazır giyim ithalatındaki payı yüzde 7,6.

Türkiye'nin İngiltere'ye hazır giyim ve konfeksiyon ihracatı 2017 yılında 1,9 milyar dolar iken 2018 yılında 2 milyar dolara yükseldi. 2019 yılında 1,9 milyar dolar olan ihracat, 2020 yılında 1,8 milyar dolar olarak kaydedildi. İngiltere'ye 2021 yılında yüzde 9,4 oranında artışla 2,1 milyar değerinde hazır giyim ve konfeksiyon ihracatı gerçekleştirildi. 2021 yılının Ocak-Mart döneminde ihracat 409 milyon dolar iken 2022 yılının aynı döneminde 511 milyon dolara yükseldi. İngiltere'ye hazır giyim ihracatında alt ürün gruplarına bakıldığında 2021 yılında örme giyim grubunda 749 milyon dolar, kadın giyim grubunda 610 milyon dolar, erkek giyim grubunda 117 milyon dolar, çorap grubunda 263 milyon dolar, iç giyim grubunda 73 milyon dolar, spor ve yüzme giyim grubunda 73 milyon dolar ve dış giyim grubunda 25 milyon dolar ihracat yapıldığı görülüyor.

TEKSTİL VE HAM MADDELERİ İHRACATINDA İKİNCİ BÜYÜK PAZAR

2020 yılında dünyadan tekstil ve ham maddeleri ithalatı yüzde 60,4 artarak 10,4 milyar dolara yükselen İngiltere, yüzde 12,5 oranında düşüşle 3,4 milyar dolar değerinde tekstil ve ham maddeleri ihracatı gerçekleştirdi. İngiltere'nin tekstil ve ham maddeleri ithalatındaki artışa etki eden ürün grubu, pandemi sebebiyle talebi artan kişisel koruyucu donanım ürünleri oldu. İngiltere'nin 2020 yılında en fazla tekstil ve ham maddeleri ihracatı gerçekleştirdiği ülke Almanya olarak görüldü. Almanya'ya 330 milyon dolar, ABD'ye ise 266 milyon dolar ihracat yapıldı. İngiltere'nin 2020 yılında Türkiye'ye tekstil ve ham maddeleri ihracatı yüzde 11 gerileyerek 31 milyon dolar değerinde gerçekleşti. 2020 yılında İngiltere'nin en fazla tekstil ve ham maddeleri ithalatı yaptığı ülke yüzde 55,5 pay ile Çin oldu. Türkiye, yüzde 4,9 pay ile İngiltere'nin dördüncü tekstil tedarikçisi konumunda.

Türkiye'nin İngiltere'ye tekstil ve ham maddeleri ihracatı 2021 yılında yüzde 23,1 oranında artarak 619 milyon dolar değerinde gerçekleşti. Türkiye'nin İngiltere'ye ihracatının büyük kısmını iplik ve teknik tekstiller oluşturdu. 2021 yılında Türkiye'nin İngiltere'ye iplik ihracatı yüzde 58,2 artarak 231 milyon dolar, teknik tekstil ihracatı ise yüzde 38,5 oranında azalarak 137 milyon dolar oldu. İngiltere, toplam tekstil ve ham maddeleri ihracatında dördüncü büyük ihracat pazarı olarak öne çıktı.

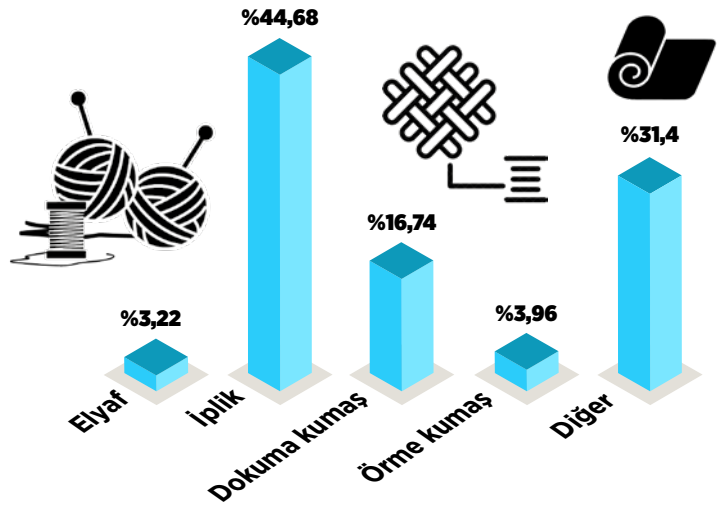
Halı sektörünün 2021 yılı ihracatında İngiltere, en önemli üçüncü pazar olarak görüldü.

HALI VE DERİ SEKTÖRLERİNDE İNGİLTERE ÖN PLANA ÇIKIYOR

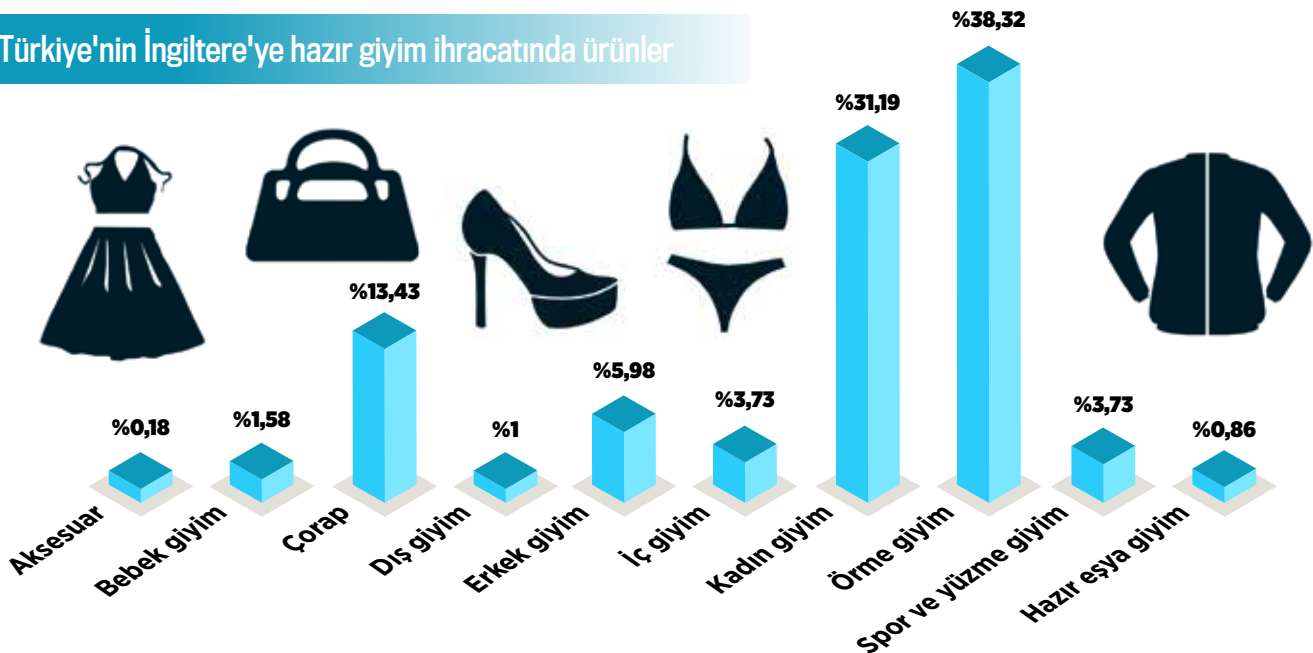
2021 yılında Türkiye'den en çok deri ve deri ürünleri ihracatı yapılan ilk 10 ülke arasındaki İngiltere'ye yüzde 45,6 oranında ihracat artışı kaydedildi. 72,3 milyon dolarlık deri ve deri mamulleri ihracatı gerçekleştirilen İngiltere, sektörün altıncı büyük pazarı konumunda. İngiltere'ye ayakkabı ihracatı yüzde 25,3 ile 29,4 milyon dolar, işlenmiş kürk ihracatı yüzde 51 artışla 2,9 milyon dolar, saraciyeye ihracatı yüzde 68,7 artışla 24,9 milyon dolar, deri giyim ihracatı yüzde 37,1 artışla 7,5 milyon dolar, kürk giyim ihracatı yüzde 23,5 artışla 4,8 milyon dolar oldu.

Halı sektörünün 2021 yılı ihracatında İngiltere, en önemli üçüncü pazar olarak görüldü. Bu tarihte İngiltere'ye ihracat yüzde 29,9 artışla 161,5 milyon dolara yükseldi. İngiltere'ye makine halısı ihracatı yüzde 37,4 artarak 73,7 milyon dolara, tüfte halı ihracatı yüzde 24,1 artışla 87,1 milyon dolara erişti.

Türkiye'nin İngiltere'ye tekstil ihracatında ürünler



Türkiye'nin İngiltere'ye hazır giyim ihracatında ürünler





BAYKAN DENİM YÖNETİM KURULU BAŞKANI OSMAN BAYKAN

“TASARIM VE ÜRETİM KAPASİTEMİZ BİZİ FARKLI KILIYOR”

Çeyrek asra yakın zamandır faaliyet gösteren Baykan Denim, Türkiye'nin en büyük sanayi kuruluşları arasında gösteriliyor. Denim konfeksiyonu alanında ülkemizin önemli temsilcilerinden olan Baykan Denim'in Yönetim Kurulu Başkanı Osman Baykan ile gelecek hedeflerini ve sektörün problemlerini konuştuk.

B

aykan Denim'in en önemli farklarından birinin tasarım alanındaki faaliyetleri olduğunun altını çizen Baykan Denim Yönetim Kurulu Başkanı Osman Baykan, sürdürülebilirlik ve dijital dönüşüm alanına da önemli yatırımlar yaptıklarını belirtti.

Öncelikle Baykan Denim'in kuruluşunun ve meslekle tanışmanızın hikâyesini dinlemek isteriz. Baykan

Denim hangi alanlarda faaliyet gösteriyor?

Kayseri'den 1991 yılında İstanbul'a ilk geldiğimde bir kumaş firmasında işe başladım. Denim kumaş satan bu firma, bir süre sonra konfeksiyon alanında faaliyet göstermeye başladı. O süreçte ben de konfeksiyon alanında deneyim kazandım. 1998 yılında ise kendi işimi yapmaya karar verdim ve Baykan Denim'i kurdum. Baykan Denim, sadece denim pantolon üreten bir firma. Avrupa'daki büyük markaların hemen hemen tamamına ve Amerika'daki bazı büyük markalara üretim yapıyoruz.

Tasarım, inovasyon ve AR-GE konuları Baykan Denim için nasıl bir öneme sahip? Bu alanda ne gibi çalışmalar yapıyorsunuz?

Biz kuruluşumuzdan beri tasarıma çok önem veren ve bu alana meraklı olan bir firmayız. Tasarıma farklı bakmayı seviyoruz. O nedenle ürünlerimizi satarken de müşterinin isteklerine yön verir hâle geldik. Şimdiye kadar hep kendi tasarımlarımızı sattık. Bugün de aynı şekilde devam ediyoruz. Ürünlerimizi tasarlıyoruz, müşteriye sunuyoruz, beğendiriyoruz, bazı ufak tefek detayları değiştirmek isterlerse değiştiriyoruz ve sonra üretime geçiyoruz.

Şu anda daha fazla büyümekten ziyade mevcut büyüklüğümüzü sürdürülebilir kılmanın önemli olduğunu düşünüyoruz.

Gerek kumaş AR-GE'si gerek aksesuar AR-GE'si gerekse yıkama AR-GE'sini kendi bünyemizde yapıyoruz. Yaklaşık 30 kişilik bir tasarım ekibimiz var. İnovasyon ve AR-GE, bizim olmazsa olmazımız. Makine yatırımı yapmayı ve yeni teknolojileri takip etmeyi çok seviyoruz. Makine geliştirdiğimiz de oluyor. Elle yapılan işleri makinede yapılabilir hâle çevirebilmek için var gücümüzle uğraşıyoruz. Fabrikamızda makine ve ekipman geliştirmek için bir AR-GE departmanımız da var. Bu durum bizim daha kolay ve daha hızlı üretim yapabileceğimiz makineler geliştirmemizi sağlıyor. Çünkü konfeksiyon sektörü çok fazla el işçiliğine dayanıyor. Bu nedenle kendi işimize uygun geliştirme yapmak zorundayız.

Türkiye'deki konfeksiyon yan sanayi sektörü, hazır giyim endüstrisinin ihtiyaçlarını karşılayabiliyor mu? Siz üretimde yerli yan sanayi ürünleri kullanıyor musunuz? Müşterilerimizin yönlendirmesi durumunda ithal ettiğimiz aksesuarlar olabiliyor. Markalar, genellikle üreticiler arasında kalite ve dizayn farkı olmaması adına konfeksiyon yan sanayi ürünlerinin ve aksesuarların aynı yerden alınmasını talep edebiliyor. Aslında ithal ettiğimiz aksesuarlarla yerli üretim aksesuarlar arasında bir fark olmadığını da görüyoruz. Bazen biz de aksesuar geliştirerek müşterilerimize sunuyoruz. Türkiye'den tedarik ettiğimiz aksesuarlar da var. İthal ettiğimiz konfeksiyon yan sanayi ürünlerinin oranı oldukça düşük.

Denim, Türkiye'nin özellikle son yıllarda önemli gelişim sergilediği bir alan. Siz ülkemizin bu alandaki faaliyetlerini nasıl değerlendirirsiniz? Özellikle pandemi döneminde ve sonrasında müşteri segmentinizde, hedef pazarlarınızda ne gibi değişimler yaşandı?

Biz uzun yıllardır denim alanında faaliyet gösterdiğimiz için bu alanın her zaman geliştiğini, gelişiminin hiç bitmediğini gözlemliyorduk. Denim sektörünün Türkiye'de gelişmesinin en önemli sebeplerinden bir tanesi de kumaş yatırımları. Ülkemizde denim kumaş üreticilerinin bulunması ve onların sürekli kumaş geliştirmeleri, markaların Türkiye'yi tercih etmesini sağlıyor. Kumaşı ülkemizden alan markalar, konfeksiyonu da burada yapıyor. Bu lojistik olarak da markalara hız katıyor.

Pandemi dönemi bizim açımızdan çok bir değişime neden olmadı. Satışlarımız pandemiden çok etkilenmedi. Hatta Avrupa'da tüm mağazaların



1998
Kuruluş



30
kişi

Tasarım ekibi



100.000
metrekare
Üretim alanı



14
milyon adet
Yıllık pantolon
üretimi



6.000
kişi

Toplam istihdam

kapalı olduğu dönemlerde dahi internet satışları sayesinde sipariş almaya devam ettik. Bu noktada denimin rahat bir giysi olmasının da etkisi oldu. İnsanlar bu dönemde rahat giyim ürünlerini daha fazla tercih etti. Üretim yaptığımız markaların birçok pazarda mağazaları olması nedeniyle bizim yeni pazarlar aramamız gerekmiyor. Pandemi döneminde farklı markalardan talepler aldık. Ancak çok fazla kapasitemiz olmadığı için bu taleplere cevap veremedik. Pandemi sonrasında çalışmaya yeni başladığımız birkaç marka oldu.

Sürdürülebilirlik ve dijital dönüşüm, hazır giyim endüstrisinin gündeminde olan en önemli başlıklardan. Baykan Denim olarak bu alanda ne gibi çalışmalar yapıyorsunuz? Güneş enerjisi alanında nasıl bir yatırımınız bulunuyor?

Biz sürdürülebilirlik söylemleri henüz ortada yokken bu alanda çalışmalarını ve yatırımları olan bir firmayız. Başarılı olabilmemizin en önemli nedenlerinden birini dijital dönüşümü çok önceden fark edip bu alandaki yatırımlarımızı hızlandırmamız olarak görüyoruz. Her zaman sürdürülebilirliğin peşinde olan bir firmaydık. Bunu çok önceden keşfettik. Tüm süreçlerimizi dijital hâle getirdik. Sürdürülebilirlik ve dijitalleşme anlamında yatırımlar yapmaya devam ediyoruz.

Geçen yıl Malatya'daki fabrikamıza güneş enerjisi yatırımı yaptık ve devreye aldık. Fabrikamızın enerjisini artık güneşten sağlıyoruz. Tamamen yeşil bir fabrikaya sahibiz.

Malatya'daki üretim merkeziniz, toplam üretim ve ihracat hacminiz, istihdamınız hakkında bilgi verebilir misiniz?

Üretimimizin tamamı Malatya'daki fabrikamızda satış, pazarlama, tasarım ve diğer destek fonksiyonlarımız ile yapılıyor. İstanbul'daki merkezimizde sadece satış, pazarlama ve tasarım bölümlerimiz bulunuyor. Malatya'daki üretim merkezimiz, tek alanda Türkiye'nin en büyük üretim kapasitesine sahip fabrikası. 100 bin metrekarelik alanda üretim yapıyoruz. Yılda ortalama 14 milyon adet pantolon üretiyoruz. Üretimimizin tamamı ihraç ediliyor.

Şu an kendi bünyemizde toplam 3 bini aşkın çalışanımız var. İş ortaklığı yaptığımız atölyeleri de dâhil ettiğimizde toplam istihdamımız 6 bine yaklaşıyor. İş ortaklarımızı çoğunlukla Malatya'da, bize yakın bölgelerden seçiyoruz.

Nitelikli istihdama erişmekte zorluk çekiyor musunuz?

Hazır giyim ve konfeksiyon sektöründe nitelikli istihdama erişmek her zaman zordu. Fakat üretim yaptığımız bölgede tercih edilen bir fabrikayız. Tercih edilmemizin sebepleri insana insan gibi davranıyor olmamız ve herkesin hakkını vermemizdir. Verimlilik esasıyla çalışıyoruz. Daha verimli çalışan, daha çok kazanıyor. Bu nedenle nitelikli istihdama ulaşmakta zorlanmıyoruz.

Sizce Baykan Denim'in sektörde yarattığı en önemli fark nedir?

Her alanda işimizi iyi yapan bir firmayız, bu bizim yarattığımız farklardan biri olabilir. Tasarıma önem vermemiz ve üretim kapasitemiz de bizi farklı

Başarılı olabilmemizin en önemli nedenlerinden birini dijital dönüşümü çok önceden fark edip bu alandaki yatırımlarımızı hızlandırmamız olarak görüyoruz.

kılıyor. Biz yatırımı seviyoruz. Sektördeki diğer firmalar bu ölçekte yatırım yapmıyor. Makine ve teknolojiyi seviyoruz. Son çıkan teknolojilerle donatılmış makinelere sürekli yatırım yapıyoruz. İşimizi seviyoruz. Bu da işimize yansıyor. 24 yıldır hiç başka şey üretmedik. İşimize konsantreyiz. İşimizin dışında bir şeyin peşine gitmedik. Müşterimizi, çalışanımızı seviyoruz ve bir aile gibi görüyoruz. Rakiplerimizi takip etmiyoruz. Bu keşfetmeyi zorlaştırır. Alternatif üretmek fark yaratır. Biz Malatya'ya 11 yıl önce yatırım yaptık. Oraya gittiğimizde hiç konfeksiyon fabrikası yoktu. Diğer markalar sonrasında yatırım yapmaya başladılar. Farklılık, bu öngörüye sahip olabilmektir diye düşünüyorum.

Baykan Denim, Türkiye'nin en büyük 500 sanayi kuruluşu arasında yer alıyor. Yakın ve orta vadeli hedeflerinizden bahsedecek olursak büyümeyi, yatırım yapmayı ve ihracata hız kazandırmayı devam ettirecek projeleriniz nelerdir?

Büyüme, tek taraflı hayallerimizde olacak bir şey değil. Pazarın da buna müsait olması lazım. Pazar müsaade edince daha ne kadar büyüyeceğiniz de önemli. Şu anda daha fazla büyümekten ziyade mevcut büyüklüğümüzü sürdürülebilir kılmanın önemli olduğunu düşünüyoruz. Yeni yatırım yapmak konusunda bazı planlarımız var.

Gelecek dönemde ihracatımızı ve kapasitemizi artırmak adına adımlar atmaya düşünüyoruz. Daha önce de söylediğim gibi farklı markalardan talepler alıyoruz fakat o taleplerin sürdürülebilirliğini görmemiz lazım. Müşterinin talebini ve kalıcılığını tam olarak anlamalıyız yoksa artırdığımız kapasite boşa gidebilir.

Devlet tarafından ihracatçılara verilen destekleri yeterli buluyor musunuz?

Devletin verebileceklerinin bir sınırı var. Her şeyi devletten bekleyemeyiz. Ben verilen teşvikleri yeterli buluyorum. Daha önceden böyle teşvikler yoktu o yüzden sektörümüz gelişmiyordu. Teşvikler olunca birçok yatırım yapıldı, gelişmeler yaşandı. Eskiden Malatya'da makine parçası ya da iplik bulmak zordu. Şimdi her şey elimizin altında. Yatırımlar arttıkça bölge hızla gelişiyor.

Hazır giyim sektörünün ihracatta yükselen grafiğini nasıl değerlendirirsiniz?

Lojistik, çok büyük bir maliyet hâline geldi. Özellikle Uzak Doğu'dan gelen konteynerlerin maliyeti çok yüksek. Bizim yakalayamadığımız fiyatlar nedeniyle tercih edilen Uzak Doğu, lojistik maliyetlerindeki artışla, tercih olmaktan çıkmaya başladı. Biz lojistik olarak Avrupa'ya çok yakın olduğumuz için bir avantaj elde ettik. Bu durum değişir mi lojistik maliyetleri tekrar ucuzlar mı bunu göreceğiz. Yakın tedarikin önemi arttı. Sadece hazır giyim ve konfeksiyon sektöründe değil ülkemizdeki birçok sektör için avantaj ortaya çıktı.

Son olarak denim sektörünün gündemindeki sorunlardan da bahsedebilir misiniz?

Zorluklar hep var, bugün dahi zorluklarla mücadele ediyoruz. Döviz, piyasalar, savaş, pandemi günümüzde karşılaştığımız zorluklar arasında. Döviz kurunda yaşanan dalgalanmalar nedeniyle fiyat belirlemede zorlanıyoruz. Çünkü her şeyin maliyeti aşırı arttı. Dövizde stabilite bizim açımızdan çok önemli. Denim pazarında Türkiye'nin en önemli rakipleri Pakistan ve Bangladeş. Bu ülkelerle fiyat olarak rekabet hâlindeyiz. Örneğin onlar ABD pazarına da üretim yapıyor ancak biz yapmıyoruz. Baykan Denim olarak bizim en büyük ihracat pazarımız İspanya ve İngiltere. Üretimde yerli kumaş kullanıyoruz. Malatya'da, Kahramanmaraş'ta, Adana'da, Kayseri'de İnegöl'de üretilen kumaşları tercih ediyoruz. İthal kumaş kullanmayı sevmiyoruz.

Denim sektörünün en büyük zorluğu üretim süreçleri. Denim üretmek kolay değil. Bir pantolon dikiliyor, yıkamadan çıkınca nasıl bir sonuç alınacağı belli olmayabiliyor. Standart bir üretim biçimi var ama sonuçlar her zaman aynı olmayabiliyor. Üretim anlamında teknolojiyle aynı hızda gidemiyoruz. Üretim, çok emek isteyen bir şey. Sürekli kendimizi geliştirmek zorundayız. Bu da bizim en önemli farklarımızdan. Her hafta iki, üç firma tarafından denetleniyor. Bu denetimler için bize bir yetkinlik belgesi verilsin ve biz bu belgeyi herkese gösterelim istiyoruz. Bu belge her markada geçerli olsa, daha geniş kapsamda periyodik denetimlerden geçsek biz de vaktimizi daha verimli değerlendirmiş oluruz.





REKOR KIRAN HAZIR GİYİM İHRACATÇILARI ÖDÜLLENDİRİLDİ

İstanbul Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği (İHKİB) tarafından düzenlenen “Şık Bir Gelecek için Üreten/İhracat Yapanlar Ödül Töreni”, 12 Mayıs’ta Raffles Hotel’de gerçekleştirildi. 2021’de 20,3 milyar dolarlık rekor ihracata imza atan firmaların ödüllendirildiği tören, Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) Başkanı İsmail Gülle ve İHKİB Başkanı Mustafa Gültepe’nin katılımıyla yapıldı.

GECEN yıl 20,3 milyar dolar ihracat gerçekleştirerek yepyeni bir rekora imza atan hazır giyim ve konfeksiyon sektöründe, başarının mimarları ödüllendirildi. Şık Bir Gelecek için Üreten/İhracat Yapanlar Ödül Töreni, 12 Mayıs’ta TİM Başkanı İsmail Gülle’nin katılımıyla gerçekleştirildi. İHKİB Başkanı Mustafa Gültepe’nin ev sahipliğinde düzenlenen törene, sektörel

derneklerin başkanlarının yoğun katılımları dikkat çekti. Sektör temsilcilerinin yer aldığı törende, 2021 yılında gerçekleştirdikleri ihracatla hazır giyim sektörünü bir adım ileri taşıyan başarılı ihracatçılara ödülleri takdim edildi. Gecede firmalara, 63 platin, 138 altın, 181 gümüş, 738 bronz ve bin 328 başarı ödülü verildi.

Törenin açılış konuşmasını İHKİB Başkanı Mustafa

Gültepe yaptı. Aylık ihracatta 2 milyar dolar çıtasını ilk kez Mart ayında geçtiklerini bildiren Gültepe, Nisan ayında 2 milyar 42 milyon dolarla rekoru yenilediklerinin altını çizdi. Böylece tüm zamanların en yüksek aylık ihracatını gerçekleştirdiklerini belirten Gültepe, sözlerine şöyle devam etti: “Aylık verilere baktığımızda Nisan 2021’e göre yüzde 26 artıdayız. Ocak-Nisan dönemini ise geçen yılın aynı döneminin yüzde 18,5 üzerinde tamamladık. Dört aylık ihracatta ilk kez 7,5 milyar dolar sınırına yaklaştık. Hazır giyim ve konfeksiyon sektörü; katma değerli üretimi, istihdama katkısı ve ihracatı ile Türkiye ekonomisi için stratejik öneme sahip.”

“HEP BİRLİKTE ŞIK BİR GELECEK İÇİN ÇALIŞACAĞIZ”

Sektör olarak 2021’de başarılı bir performans sergilediklerine değinen Gültepe, “2021 yılında sektör olarak gerçekleştirdiğimiz 20,3 milyar dolarlık ihracat ile göz doldurduk. Ülkemize net 18,5 milyar döviz kazandırdık. Alıcıların bizden istediği yeşil enerji, su kullanımı, çalışma şartları, atık yönetimi ve sertifikalı üretim gibi tüm talep ve standartları yerine getirdik. Sektörümüz, bugüne kadar birçok alanda öncü oldu. küresel bir oyuncu olduğumuz artık bir gerçektir. Dünyanın en büyük beşinci hazır giyim tedarikçisi olarak söz sahibiyiz. ‘Made in Türkiye’ etiketini dünyaya tanıtıyoruz. Gelecekte de bayrağı hep birlikte taşımaya devam edeceğiz. Dünya zor bir dönemden geçiyor. Büyük bir dönüşümün içindeyiz. Önümüzde dijitalleşme ve sürdürülebilirlik gibi iki dinamik süreç bulunuyor. Tüm iş süreçlerimizi



değişimimiz gerekiyor. En büyük hazırlığımız da AB Yeşil Mutabakatı’na uyum konusunda. Gelecekte sorumluluğumuz daha fazla artacak. Geleceğimizi bugünden hazırlamak için çalışıyoruz. İHKİB Dijital Dönüşüm Merkezi’ni faaliyete geçirdik. Türkiye’de bir benzeri olmayan bu merkezden, tüm firmalarımızın yararlanmasını bekliyoruz. Uluslararası fuarlara en fazla katılan birlikler arasında yer alıyoruz. Ticaret heyetleriyle üyelerimizi dünyanın dört bir yanından alıcılarla buluşturuyor, firmalarımızın devlet desteklerinden faydalanmasını kolaylaştırıyoruz. Anadolu’yu yeşil fabrikalarla

donatmak istiyoruz. Hep birlikte şık bir gelecek için çalışacağız. Küresel rekabet gücü yüksek bir sektör inşa edeceğiz.” şeklinde konuştu.

“PANDEMİ İLE GEÇEN İKİ YILDA 100 BİN İLAVE İSTİHDAM YARATTIK”

Ham madde tedarikindeki sıkıntılara, yüksek maliyet artışlarına rağmen 2021’de yatırıma, üretmeye ve

Mustafa Gültepe, kapasite kullanımının yüzde 84,1’e ulaşan sektörün üretim ve ihracatta da yoluna hız kesmeden devam ettiğini vurguladı.





Şık Bir Gelecek için Üreten/İhracat Yapanlar Ödül Töreni, 12 Mayıs'ta TİM Başkanı İsmail Gülle'nin katılımıyla gerçekleştirildi.

TİM BASKANI GÜLLE: 83,5 MİLYAR DOLAR İHRACAT İLE HEDEFİ YAKALADIK

TİM Başkanı İsmail Gülle ise konuşmasında, zorlu geçen pandemi döneminde Türkiye'nin güvenli liman olarak öne çıktığını vurgulayarak şöyle devam etti: "Nisan'da tarihimizin en yüksek aylık ihracat rakamına ulaşmanın gururunu yaşadık. Geçen ay ihracatımız, 2021'e göre yüzde 25 artarak 23,4 milyar dolara ulaştı. Böylece yılın ilk dört ayında, 83,5 milyar dolar ihracat gerçekleştirmiş olduk. 250 milyar dolarlık ihracat hedefi için yılın üçte birlik dönemini hedefimize tam ulaşıyor kapattık. Bu dönemde hazır giyim ve konfeksiyon ihracatımız da son derece başarılı işlere imza attı. Pandemi sonrası dönemde küresel tedarik zincirlerinde önemli bir dönüşüm sürecine girdik. Bu dönüşüm sürecinden Türkiye, hesaplamalarımıza göre ihracatına 23 milyar dolar artı değer kattı. Hazır giyim sektörümüzün bu küresel tedarik zincirlerindeki değişimden elde ettiği ekstra değer ise 2,5 milyar dolar olduğunu hesapladık."

Hazır giyim ve konfeksiyon sektörünün Türkiye'nin en fazla istihdam üreten ve cari fazla veren sektörlerinin başında geldiğine vurgu yapan Gülle, "İhracatçılarımızın yoğun çalışmaları ve başarıları, pandemi döneminde ülkemiz adına daha büyük bir önem kazandı. Dünyada tüm dengelerin bozulduğu bu süreçte hazır giyim sektörümüz yeni siparişler alarak ve istihdam yaratmaya devam ederek ülkemizin yüzünü güldürdü." ifadelerini kullandı.

İş imkânı yaratmaya devam ettiklerinin altını çizen Gültepe, "Sektör olarak geçen yıl 7 milyar TL'lik yatırım yaptık. 70 bin insanımız için ilave istihdam yarattık. 2022'de de aynı hızla yolumuza devam ediyoruz. Şubat ayı itibarı ile toplam istihdamımızı 691 bine çıkardık. Sadece Şubat ayında 11 bin insanımıza iş sağladık. SGK verilerine göre Şubat'taki 47 bin kişilik istihdam artışının neredeyse yüzde 25'ine sektör olarak biz imza attık. Pandemi ile geçirdiğimiz iki yılda ülkemize kazandırdığımız ilave istihdam 100 bine ulaştı." dedi.

"ÜLKEMİZİN CARİ AÇIĞININ KAPATILMASINA 21 MİLYAR DOLARLIK KATKI YAPACAĞIZ"

Mustafa Gültepe, kapasite kullanımının yüzde 84,1'e ulaştığı sektörün üretim ve ihracatta da yoluna hız kesmeden devam ettiğini vurguladı. Gültepe, şunları söyledi: "Ağustos ayında İstanbul'da IFCO Fuarımızın ikincisini düzenleyeceğiz. Eğer bir aksilik olmazsa fuarımızın da yaratacağı sinerji ile 2022'yi 23 milyar dolar ihracat ile tamamlayacağız. Bu yıl 21 milyar dolarlık net ihracat öngörüyoruz. Bir başka ifade ile hazır giyim sektörü olarak ülkemizin cari açığının kapatılmasına 21 milyar dolarlık katkı yapmış olacağız."

İHKİB olarak orta vadede kilogram ihracat birim fiyatını 40 dolara, ihracatı da 40 milyar dolara çıkarmayı hedeflediklerini hatırlatan Gültepe, rüzgâra karşı da olsa hedefe ulaşacaklarına inandığını sözlerine ekledi.

Gecede firmalara, 63 platin, 138 altın, 181 gümüş, 738 bronz ve bin 328 başarı ödülü verildi.





PLATİN ÖDÜL ALAN İLK 10 DIŞ TİCARET SERMAYE ŞİRKETİ

TGS DİŞ TİC. AS
TAHA PAZ. VE MAĞAZACILIK AS
BİRGİ BİRLEŞİK GİYİM İHR. DİŞ TİC. AS
DGS DİŞ TİCARET AS
PERGAMON STATUS DİŞ TİC. AS
CROSS TEKSTİL SAN. VE TİC. AS
İLERİ DİŞ TİCARET AS
TAYPA TEKSTİL GİY. SAN. VE TİC. AS
MİLTEKS SPOR GİYİM TEKSTİL SAN. VE TİC. AS
ETİK DİŞ TİC. VE PAZ. AS

PLATİN ÖDÜL ALAN İLK 10 İHRACATÇI FİRMA

LC WAIKIKI MAĞAZACILIK HİZM. TİC. AS
BAYKAN DENİM KONFEKSİYON AS
DEFAC TO PERAKENDE TİC. AS
TYH ULUSL. TEKS. PAZ. SAN. VE TİC. AS
ALPİN TEKSTİL SAN. VE DİŞ TİC. AS
ÖZAK TEKSTİL KONFEKSİYON SAN. VE TİC. AS
TALU TEKSTİL SAN. VE TİC. AS
GELAL ÇORAP SAN. VE TİC. AS
MRM KONFEKSİYON SAN. VE TİC. AS
ÜNİTEKS TEKSTİL VE TİC. AS

ALTIN ÖDÜL ALAN İLK 10 İHRACATÇI FİRMA

FİLTEKS MODA DİŞ TİC. LTD. ŞTİ.
ATT TEKSTİL SAN. VE TİC. AS
LİBERTİ İPLİK GİYİM TEKS. SAN. TİC. LTD. ŞTİ.
ÜNL DİŞ TİC. LTD. ŞTİ.
ERAK GİYİM SAN. VE TİC. AS
MARSOY DİŞ TİC. LTD. ŞTİ.
MİLTEKS TEKSTİL SAN. TİC. AS
BEKS ÇORAP VE İÇ GİYİM SAN. VE TİC. AS
YAVUZ TEKSTİL SAN. VE TİC. AS
RİMEL TEKSTİL PAZ. SAN. VE TİC. LTD. ŞTİ.



20,3
milyar dolar

Hazır giyim sektörünün 2021 ihracatı



23
milyar dolar

Yıl sonunda hedeflenen ihracat



2.448
Ödül verilen firma sayısı



63
Platin ödül alan firma sayısı

AYAKKABI İHRACATINDA REKOR ARTIŞ

Deri ve deri mamulleri sektörünün en önemli ürün grubu olan ayakkabıda, ihracat rekoru kırıldı. Pandemi sürecinden en fazla etkilenen sektörlerin başında gelen deri ve deri mamulleri sektörünün 2021 yılı ihracatı 1,7 milyar doları aşarken bu dönemde ayakkabı ihracatı 1 milyar dolara yükseldi.

PANDEMİ sürecinde ihracat hacmi düşen sektörlerden biri olan deri ve deri mamulleri sektörü, pandeminin etkilerinin azalması ile birlikte toparlanmaya başladı. Sektörün ihracatı 2021 yılında bir önceki yıla kıyasla yüzde 29,6 oranında artarak 1 milyar 726 milyon dolar olarak gerçekleşti. Sektör ihracatında 2021 yılı Ocak-Aralık döneminde en önemli ihracat pazarı, yüzde 20,5 artış oranı ile Almanya oldu. Almanya'yı Rusya, İtalya, İspanya ve Irak takip etti.

2021 yılı Ocak-Aralık döneminde deri ve deri mamulleri ürün grupları içinde en çok ihracat, ayakkabı ve aksesuarları ürünlerinde yapıldı. Bu ürün grubunda 1 milyar 6 milyon dolarlık ihracat gerçekleşti. Ayakkabı

ve aksesuarları ihracatında bir önceki yılın aynı dönemine göre yüzde 22,9 oranında artış kaydedildi. Ayakkabı ve aksesuarları ihracatının toplam deri ve deri ürünleri ihracatı içindeki payı, 2021 yılı Ocak-Aralık döneminde yüzde 58,3 olarak görüldü. Ürün grubunun ihracatı 2020 yılında 818 milyon 360 bin dolardı. Ayakkabı ve aksesuarları ihracatı, 2020 yılında toplam deri ve deri mamulleri ihracatı içinde yüzde 61,5 paya sahipken 2021 yılında bu payın 3,2 puan düşmesi dikkat çekti.

AYAKKABI İHRACATININ 2021 YILI AYLIK PERFORMANSI (1000 DOLAR)

| | |
|---------|---------|
| Aralık | 80.276 |
| Kasım | 74.127 |
| Ekim | 86.825 |
| Eylül | 91.232 |
| Ağustos | 89.634 |
| Temmuz | 78.304 |
| Haziran | 85.394 |
| Mayıs | 57.334 |
| Nisan | 95.868 |
| Mart | 109.389 |
| Şubat | 90.075 |
| Ocak | 69.532 |

TÜRKİYE'NİN AYAKKABI İHRACATINDA RUSYA İLK SIRADA

2021 yılı Ocak-Aralık döneminde Türkiye tarafından en çok ayakkabı ve aksesuarları ihracatı yapılan ilk 10 ülke sıralamasında, bir önceki yılın aynı dönemine göre yüzde 24,5 oranında artış kaydedilen Rusya, lider konumunda bulunuyor. Rusya'ya yapılan ihracat bu dönemde 82,5 milyon dolara yükseldi. Rusya'nın Türkiye ayakkabı ihracatı içindeki payı ise yüzde 8,2 oldu. Yüzde 18,8 oranında artış yaşanan Irak, ikinci en büyük ihracat pazarı olarak öne çıktı. Irak'a ihracat 75,5 milyon dolara yükselirken ülkenin Türkiye ayakkabı



ihracatındaki payı yüzde 7,5 oldu. Üçüncü en büyük ihracat pazarı, yüzde 16,2 artışla Almanya olurken ülkenin Türkiye ayakkabı ihracatındaki payı yüzde 7'ye, ihracat değeri ise 70 milyon dolara yükseldi.

2021 yılında İspanya'ya ihracat yüzde 7,7 artarak 64,3 milyon dolara, Romanya'ya ihracat yüzde 24,9 artarak 40,8 milyon dolara, İsrail'e ihracat yüzde 53,2 artışla 35,6 milyon dolara ve Birleşik Krallık'a ihracat yüzde 25,3 artışla 29,4 milyon dolara ulaştı. Ayakkabı ve aksesuarları ihracatı, aynı dönemde İtalya'ya yüzde 21,7 artarak 28,3 milyon dolar, Libya'ya yüzde 58,8 artarak 27,1 milyon dolar ve Hollanda'ya yüzde 21,3 artarak 25,4 milyon dolar olarak gerçekleşti.

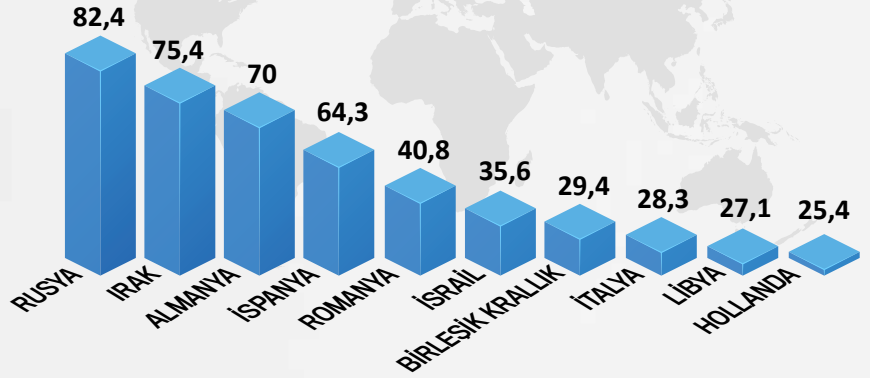
Avrupa Birliği ülkeleri, Türkiye ayakkabı ihracatında yüzde 34,5 paya sahipken bu ülkelere gerçekleştirilen ayakkabı ihracatı 347,2 milyon dolar olarak ortaya çıktı.

ALT ÜRÜN GRUBU BAZINDA ARTIŞ SÜRÜYOR

1 milyar 6 milyon dolarlık ayakkabı ihracatına alt ürün grubu değeri bazında bakıldığında; dış tabanı, yüzü kauçuk ve plastik, su geçirmez ürünlerin ihracatı 2021 yılı Ocak-Aralık döneminde yüzde 5,9 artışla 10,9 milyon dolara ulaştı.

Bu ürün grubunun ihracatında dikkat çeken ülkeler Irak, Birleşik Krallık ve Bulgaristan oldu. Dış tabanı, yüzü kauçuk ve plastik, diğer ürünlerin ihracatı yüzde 18 artışla 293,5 milyon dolara ulaşırken ürün grubunun ihracatında öne çıkan ülkeler Irak, İspanya ve Almanya oldu. Yüzde 44,3 pay ile ayakkabı ihracatında en dikkat çeken alt ürün grubu olan yüzü deri, tabanı kauçuk, plastik, doğal, suni kösele ihracatı 2021 yılında yüzde 26,4 arttı. Ürün grubunun ihracatı 445,7 milyon dolara erişti. Bu ürün grubunun en fazla

EN FAZLA AYAKKABI İHRACATI YAPILAN ÜLKELER (2021 / MİLYON DOLAR)



ihraç edildiği ülkeler ise Rusya, Almanya ve Romanya oldu. Yüzü dokuma maddelerden, tabanı kauçuk ve plastik ürünlerin ihracatı yüzde 8,5 artışla 131,5 milyon dolara ulaştı. Irak, Nijerya ve Libya, ürün grubunun en fazla ihraç edildiği ilk üç ülke olarak öne çıktı. Diğer ürünlerin ihracatı yüzde 71,8 artışla 72,6 milyon dolara çıkarken en önemli ihracat pazarları Irak, Libya ve İsrail oldu. Ayakkabı aksesuarları ihracatı ise yüzde 19,5 artarak 51,4 milyon dolara ulaştı ve ürün grubunun en fazla ihraç edildiği ülkeler Almanya, Ceyazir ve Rusya olarak görüldü.

MART AYINDA İHRACAT REKORU KIRILDI

Son bir yıllık süreçte ayakkabı ihracatının gelişimine bakıldığında en yüksek ihracat hacmine 109,3 milyon dolar ile Mart 2021'de ulaşıldığı görülüyor. Ocak ayı ihracatı 69,5 milyon dolar, Şubat ayı ihracatı 90 milyon dolar ve Nisan ayı ihracatı 95,8 milyon dolar olarak gerçekleşti. Ayakkabı ihracatı Mayıs ayında 57,3 milyon dolar, Haziran ayında 85,3 milyon dolar, Temmuz ayında 78,3 milyon dolar, Ağustos ayında 89,6 milyon dolar olarak ortaya çıktı. Eylül ayında 91,2 milyon dolar olan ayakkabı ihracatı, Ekim ayında 86,8 milyon dolar, Kasım ayında 74,1 milyon dolar ve Aralık ayında 80,2 milyon dolar oldu.

DÖNGÜSEL EKONOMİYE GEÇİŞTE TASARIMIN ROLÜ ARTIYOR

Avrupa Çevre Bilgi ve Gözlem Ağı tarafından hazırlanan Tekstil ve Çevre-Avrupa'nın Döngüsel Ekonomisinde Tasarımın Rolü isimli raporun Türkçe çevirisi Tekstil Sektör Şubesi tarafından yapıldı. Raporda tekstil sektörünün döngüsellik çalışmalarında tasarımın önemine dikkat çekildi.



AVRUPA Çevre Bilgi ve Gözlem Ağı tarafından hazırlanan Tekstil ve Çevre-Avrupa'nın Döngüsel Ekonomisinde Tasarımın Rolü isimli rapora göre AB tekstil ve hazır giyim sektörü, 160 bin şirket ve 1,5 milyondan fazla çalışan ile 162 milyar euro'luk ciroya sahip. Koronavirüs salgını, 2020 yılında tekstil sektörünün cirosunu yüzde 9, hazır giyim sektörünün cirosunu ise yüzde 17 oranında düşürdü. 2020'de AB'de yaklaşık 77 milyar euro değerinde, 6,9 milyon ton bitmiş tekstil ürünü üretildi. 125 milyar euro değerinde, 8,7 milyon ton bitmiş tekstil ürünü ithal edilen AB'de haneler; 2019'da giyim için ortalama 600 euro, ayakkabı için 150 euro ve ev tekstili için 70 euro harcadı. Avrupalı hane halkının tüketim alışkanlıklarında tekstil sektörü, beşinci sırada yer aldı.

Tekstil üretimi ve tüketiminin çevre üzerinde önemli etkileri olduğu biliniyor. Üretim aşamasında enerji ve suya ihtiyaç duyan sektörde çeşitli kimyasallar kullanılıyor. Dağıtım, perakende ve nakliye emisyonlarına ek olarak ambalaj atıkları da sektörün sorumluluk alanında bulunuyor. Satılmayan tekstil ürünlerinin önemli hacimleri de atık olarak ortaya çıkıyor. Ürünlerin kullanım ve bakım sırasında yıkama, kurutma, ütüleme işlemleri; elektrik, su ve deterjan kullanımına neden olarak atık suya kimyasal ve mikro lif salınmasına yol açıyor.

AB'DE 175 MİLYON TONLUK TEKSTİL HAM MADDESİ KULLANILYOR

2020'de AB'de satın alınan giyim, ayakkabı ve ev tekstillerini üretmek için 175 milyon tonluk ham madde kullanıldığı tahmin ediliyor. Bu rakamın yüzde 40'ı giysilere, yüzde 30'u ev tekstillerine ve yüzde 30'u ayakkabılara (deri ayakkabılar dâhil) ait. Tekstil sektörü, birincil ham madde kullanımı açısından sağlık, mobilya ve ev eşyaları, eğlence ve kültür sektörleriyle aynı düzeyde ve beşinci en yüksek tüketim alanı olarak biliniyor.

Aynı dönemde AB'de giyim, ayakkabı ve ev tekstillerini üretmek için yaklaşık 4 milyon metreküp mavi su tüketildi. Bu rakam, gıda ve rekreasyondan

Döngüsel iş modellerinin ekonomik ve çevresel potansiyelini en üst düzeye çıkarmak için tekstil ürünlerinin dayanıklı, kullanım sonunda yeniden üretilebilecek ve geri dönüştürülecek şekilde tasarlanması gerekiyor.



sonra sektörü su tüketiminde üçüncü sıraya yerleştirdi. Ayrıca pamuk üretimi için yaklaşık 20 bin milyon metreküp yeşil su kullanıldı. Kullanılan suyun yaklaşık yüzde 13'ü Avrupa'da harcanırken çoğunluğu Avrupa dışında, özellikle elyaf ve tekstil üretiminin yapıldığı Asya'da tüketildi. AB'de satın alınan tekstil tedarik zincirindeki arazi kullanımının 180 bin kilometrekare olduğu tahmin ediliyor. Arazi kullanımının sadece yüzde 8'i Avrupa'da gerçekleştirilirken yüzde 90'ından fazlası Çin ve Hindistan'daki pamuk üretiminden kaynaklandı.

2020'de AB'de tüketilen tekstil ürünlerinin üretimi, toplamda 121 milyon ton sera gazı emisyonu üretti. Bu, tekstil sektörünü konut, gıda ve ulaşımdan sonra hane halkı tüketim alanları arasında iklim etkisinden sorumlu beşinci en büyük sektör hâline getirdi. Küresel bir etkiye sahip olan sera gazı emisyonlarının yaklaşık yüzde 75'i Avrupa dışında salındı. Sektörün toplam iklim değişikliği etkisinin yaklaşık yüzde 80'i üretim, yüzde 17'si kullanım aşamasında ve yüzde 3'ü kullanım ömrünün sonunda meydana geliyor.

AB TEKSTİL SEKTÖRÜNDE DÖNGÜSEL İŞ MODELLERİ

Tekstil üretimi ve tüketiminin çevresel etkisini azaltmak için ham madde ve enerji kullanımı ile atık üretiminden tasarruf etmek için döngüsel ekonomi uygulamalarına geçiş oldukça önemli. Bu kapsamda sosyo-ekonomik adalet, sürdürülebilirlik ve döngüsellik merkezli iş modelleri ortaya çıktı. Bu modeller, yenilenebilir veya geri dönüştürülmüş malzemelerin kullanımına, tehlikeli kimyasalların ortadan kaldırılmasına, ürün dayanıklılığına ve onarılabilirliğine odaklanıyor. Aşırı tüketimi azaltmayı amaçlayan yeniden satış, kiralama ve paylaşım hizmetleri ortaya çıkarken 2010 yılından

Haberin sesli versiyonuna QR kodu kullanarak ulaşabilirsiniz.



Giysilerin ömrünü fazladan dokuz ay uzatmanın karbon, su ve atık ayak izlerini yüzde 20-30 oranında azaltabileceği tahmin ediliyor.

bu yana, döngüsel iş modellerini benimseyen şirket sayısı önemli ölçüde artış gösteriyor. Yapılan incelemeler, döngüsel iş modellerinin çoğunun ürünün toplanmasına ve geri dönüştürülmüş içeriğin kullanımına odaklandığını, döngüsel tasarımı hedefleyenlerin ise hâlâ sınırlı olduğunu gösteriyor. 2019 yılında AB çapında tekstil toplama oranının yüzde 39 civarında olduğu tahmin edilirken ömrünü tamamlamış tekstillerin ayrı olarak toplanmasına ilişkin yükümlülüklerin yürürlüğe gireceği 2025 yılına doğru bu oranın artması bekleniyor.

Daha sürdürülebilir ve döngüsel bir tekstil endüstrisi için kirliliğe ve israfa neden olan, Avrupa dışında ucuz iş gücüne dayanan koşullardan uzaklaşılması gerektiği düşünülüyor. Döngüsel iş modellerinin ekonomik ve çevresel potansiyelini en üst düzeye çıkarmak için tekstil ürünlerinin dayanıklı, kullanım sonunda yeniden üretilebilecek ve geri dönüştürülecek şekilde tasarlanması gerekiyor.

DÖNGÜSEL EKONOMİYE GEÇİŞ, TASARIM ALANINDA YENİ BAKIŞ AÇILARI GELİŞTİRİLMESİNE YOL AÇTI
AB tekstil stratejisi, sürdürülebilir ve döngüsel tekstiller için iş ortamını ve düzenlemeleri iyileştirmeyi amaçlıyor. Avrupa Komisyonu, tekstil ekosistemini döngüsel ekonomiye uygun hâle getirmek için tüm değer zinciri boyunca eylemler önermeyi taahhüt ediyor. Komisyon, Avrupa Yeşil Mutabakatı'nın belirlediği hedeflere ulaşmak için değişime öncülük etmek konusunda AB endüstrisinin rolünü ve yeteneğini güçlendiren yeni bir Avrupa Sanayi Stratejisi yayımladı.

Eko-tasarım, ürünlerin niteliklerini yeniden tasarlayarak çevresel etkileri azaltmaya odaklanıyor. Ürün yaşam döngüsünün her aşamasının çevresel etkisini azaltmayı amaçlayan eko-tasarım, kaynak verimliliğini artırma çabalarıyla ilişkilendiriliyor. 2003 yılında Avrupa Komisyonu tarafından önerilen Eko-Tasarım Direktifi, 2005 yılında kabul edildi. 2010'a kadar çok az şirket eko-tasarım uygulamasıyla bağlantılı ticari kazanç sağlayabildi.

Döngüsel ekonomiye geçiş, tasarım alanında yeni bakış açıları geliştirilmesine yol açtı. Yüksek kaliteli geri dönüşüm, yeniden kullanım, sökme, yeniden üretim, yenileme gibi tasarım stratejileri için araçlar, yönergeler ve çerçeveler geliştirildi. Nesnelerin interneti ve yapay zekâ gibi dijital teknolojilerin kullanılmasının, tasarımcılara yeni yetenekler sağlaması öngörülüyor.



EKO-TASARIMDA TÜKETİCİ DAVRANISLARI DA BELİRLEYİCİ BİR ETKEN

Kaynak kullanımının azaltılması ve ürünlerin kullanım ömrünün uzatılması, tekstil ürünleriyle ilişkili çevresel etkilerin azaltılmasında en yüksek potansiyele sahip. Döngüsel ürün tasarım stratejilerinin, giysilerin daha uzun süre dayanmasını sağlaması ve ürün değerini koruması bekleniyor. Malzemelerin geri dönüştürülmesini ve yeniden kullanılmasını sağlamak önem kazanırken dayanıklılık için tasarım, yeniden kullanım kolaylığı, onarım ve yeniden üretim gibi ömrü uzatan stratejilere öncelik verileceği belirtiliyor. Tehlikeli kimyasalların varlığının önlenmesi ve tüm aşamalarda toksik emisyonların, mikroplastik salımının sınırlandırılmasının da ürün tasarımı ile sağlanabileceği açıklanıyor.

Tekstil sektöründe döngüsel ekonomiye geçiş, yalnızca eko-tasarım ile değil, aynı zamanda politika araçlarıyla değer önerisine entegre edilmiş tüketici davranışı, hükümetler, şirketler ve

vatandaşlar arası toplumsal iş birliği ile stratejiler gerektiriyor. Döngüsel tekstil ürün tasarımının, kişiye özel bilgilendirme ve eğitim kampanyalarıyla birleştirilmesi önem kazanıyor. Tüketicilerin tekstil ürün ve hizmetlerinin arkasındaki döngüsel modelden genellikle habersiz olduğu, ikinci el, geri dönüştürülmüş elyafları ve tamir edilmiş ürünleri daha düşük kaliteli olarak algıladığı düşünülüyor. Diğer yandan yapılan bir araştırmada AB vatandaşlarının yüzde 77'sinin çevre dostu ürünler için daha fazla ödemeye istekli olacağı görülüyor.

UZUN ÖMÜR VE DAYANIKLILIK

Dayanıklı tekstil ürünleri, sadece ürünlerin daha uzun süre dayanmasını sağlamakla kalmayıp aynı zamanda kolay bakım ve tamir edilebilirliği kolaylaştıran bir tasarım uygulanması anlamına geliyor. Artan tekstil dayanıklılığı, ürünlerin daha uzun süre ve yeniden kullanılmasına izin veriyor. Giysilerin ömrünü fazladan dokuz ay uzatmanın karbon, su ve atık ayak izlerini yüzde 20-30 oranında azaltabileceği tahmin ediliyor. Bir giysinin giyilme sayısı iki katına çıkarsa yeni bir giysinin üretimine kıyasla sera gazı emisyonları yaklaşık yüzde 44 azalıyor.

Son 20 yılda, giysilerin kullanım süresi ortalama yüzde 36 azaldı. Tekstil ürünlerinin uzun ömürlü olması ve dayanıklılığı sağlayan döngüsel bir yaklaşım, kaynakları koruyan ve uzun ömürlü ürünlere dönüştüren malzemelerin kullanımıyla başlıyor. Bu kapsamda bazı firmalar geleneksel pamuğa alternatif olarak organik pamuk, organik yün, keten veya kenevir gibi doğal lifler ve enerji, su tüketimi ile emisyon üretimini azaltan selüloz bazlı lifler gibi farklı malzemeleri kullanmaya başladı. Yeni teknolojiler sayesinde üretilen yeni nesil tekstiller, yüksek dayanıklılık ve farklı özellikler sağladı.

OPTİMİZE EDİLMİŞ KAYNAK KULLANIMI

Şirketler, teknolojik açıdan su ve enerji kullanımının azaltılması ile optimizasyonuna odaklanıyor. Kullanılan malzeme türünde artan şeffaflığın yanında güvenli kimyasallar ve biyolojik olarak parçalanabilir malzemelerin kullanımı, hava emisyonlarının ve su kirliliğinin azaltılmasını hedefliyor. Tekstil sektöründe benimsenen erişime dayalı iş modelleri, yeni malzeme kullanımını azaltma potansiyeline sahip. Bu sayede ürün stokunun kullanım oranı artarak daha düşük kaynak kullanımı sağlanıyor ve tekstil atıklarının azaltılmasına katkıda bulunuluyor. Kullanılmış giysilerin yarısından azı, ihtiyaç duyulmadığında yeniden kullanım veya geri dönüşüm için toplanıyor. Hâlihazırda, tekstil atıklarının yüzde 1'den azı yeni giysiler için

Kaynak kullanımının azaltılması ve ürünlerin kullanım ömrünün uzatılması, tekstil ürünleriyle ilişkili çevresel etkilerin azaltılmasında en yüksek potansiyele sahip.

kullanılacak elyaflara geri dönüştürülüyor. Yeniden kullanılmayan kısım çoğunlukla endüstriyel bezlere, döşeme dolgularına ve yalıtımına indirgeniyor, yakılıyor veya çöpe atılıyor.

TOPLAMA VE YENİDEN KULLANMA

Tekstil sisteminde artan döngüsellğe yönelik üçüncü bir ana yol, tekstillerin kullanım ömrünü ilk kullanıcının ötesine uzatmaya odaklanmak olarak biliniyor. Tekstillerin toplanması ve yeniden satışı etrafında oluşturulan iş modelleri, atılan ürünleri toplayarak ve bunları yeniden kullanıma hazırlayarak artık değerden yararlanmayı hedefliyor. Kullanılmış tekstil ürünlerini toplamak ve yeniden satmak, yeni müşteri grupları çekebilirken müşteri sadakatini artırabilir, kurumsal sorumluluk göstergesi olabilir ve markalar ya da üreticiler için ek gelirler sağlayabilir. Anketler, tüketicilerin yaklaşık yüzde 20'sinin düzenli olarak ikinci el giysi satın aldığını gösteriyor.

GERİ DÖNÜŞÜM VE MALZEMELERİN YENİDEN KULLANIMI

Bu model, atık tekstilleri yeni tekstil üretim zincirleri için ham maddeye dönüştürerek döngüyü kapatmayı mümkün kılıyor. Malzemenin yeniden kullanımı, genellikle ileri dönüşüm olarak da adlandırılan yolla kumaş ve elyaf düzeyinde yapılabilir. Tekstillerin geri dönüştürülebilirliği, tasarım sürecinde nadiren dikkate alınmıyor. Spesifik fonksiyonel ihtiyaçlar, estetik veya ekonomik nedenler, geri dönüşüm için tasarım yerine diğer hususlara öncelik verilmesiyle sonuçlanıyor. Bu durum, tekstil atıklarının neredeyse üçte birinin elyaftan elyafa geri dönüşüm için uygun olmamasına neden oluyor.

Tekstillerin mekanik geri dönüşümünde boya ve apre gibi kimyasalların çıkarılmaması ve lif boylarının kısılması gibi ipliklerin eğrilmesini zorlaştıran teknik zorluklar hâlâ sürüyor. Düğmeler, fermuarlar veya diğer aksesuarlar, tekstil ürünlerinin kimyasal geri dönüşüm süreçlerini zorlaştırıyor. Kolayca sökülemeyen süslemeler, genellikle kesilerek çıkarıldıkları için geri dönüşüm aşamasında ek atık kumaşa neden olabiliyor. Geri dönüşüm sürecini bozmamak veya ek atık oluşturmamak için süsleme ve aksesuarların kolayca çıkarılabilir olması gerekiyor. AB'de ürünün lif bileşimini içeren tekstil etiketleri zorunluken tüketicilerin etiketi kesmesi, yıkama nedeniyle okunamayan ve doğru malzeme bileşimini göstermeyen etiketler nedeniyle atılan tekstil ürünlerinin manuel olarak ayıklanması emek yoğun ve maliyet gerektiren bir hâl alıyor.

Nesnelerin interneti ve yapay zekâ gibi dijital teknolojilerin kullanılmasının, tasarımcılara yeni yetenekler sağlaması öngörülüyor.

İHKİB GİRİŞİMCİLİK VE İNOVASYON YARIŞMASI'NDA ÜNİVERSİTELİ GİRİŞİMCİLER ÖDÜLLENDİRİLDİ



İstanbul Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği'nin (İHKİB) Yükseköğretim Kurulu (YÖK) iş birliğinde düzenlediği İHKİB Girişimcilik ve İnovasyon Yarışması (GİY) Ödül Töreni, 17 Mayıs'ta gerçekleştirildi. Farklı disiplinlerde eğitim gören üniversiteli gençlerin ödüllendirildiği tören, TİM Başkanı İsmail Gülle ile İHKİB Başkanı Mustafa Gültepe'nin katılımıyla düzenlendi.

MESLEKî eğitime uzun yıllardır destek veren İHKİB, katma değerli ve sürdürülebilir ihracatın inovasyon ve tasarıma dayalı üretimle mümkün olduğundan hareketle nitelikli iş gücünün sektöre kazandırılması için üniversite-sanayi iş birliğinin önemine inanıyor. Mart ayında İstanbul'da giyim alanında eğitim veren mesleki ve teknik Anadolu lisesi öğrencilerinin yarıştığı İHKİB İnovatif Fikir Maratonu'nun ardından hazır giyim sektörü, farklı disiplinlerde eğitim alan üniversitelerin üçüncü ve dördüncü sınıf öğrencilerinin yarıştığı İHKİB GİY Ödül Töreni'nde buluştu.

Hazır giyim ve konfeksiyon sektörünün yenilikçi, sürdürülebilir ve katma değerli ihracatı için üniversite öğrencileri arasında düzenlenen İHKİB Girişimcilik ve İnovasyon Yarışması'nda (GİY) dereceye giren projelere ödülleri, törenle verildi. Farklı disiplinlerde öğrenim gören 518 öğrencinin başvurduğu yarışmada birbirinden ilginç fikirler yarışırken geleceği şekillendirecek inovatif üç proje, büyük beğeni topladı. Dijital ortamda Kasım

2021'de başlayan ve altı ay süren maratonun final sunumlarında 14 takım, 42 öğrenci yarıştı.

"YARIŞMAMIZA BEKLEDİĞİMİZİN ÜZERİNDE İLGI OLDU"
Törenin açılışında sözlerine başlarken Girişimcilik ve İnovasyon Yarışması'na destek veren, başta akademisyenler olmak üzere herkese teşekkürlerini sunan İHKİB Başkanı Mustafa Gültepe, Türkiye'nin kalkınması için üniversite-sanayi iş birliğinin şart olduğuna inandığını dile getirdi. Kurumsal olarak İHKİB'in yıllardır bu ilke ile hareket ettiğini ifade eden Gültepe, "Eğitime uzun zamandır yatırım yapıyoruz. Üniversitelerle farklı projeler yürütüyoruz. YÖK ve ihracatçı birliklerimizle Tercihim Tekstil Mühendisliği Projesi'ni başlattık ve oldukça başarılı sonuçlara ulaştık. Meslek lisesi öğrencileri ile İHKİB İnovatif Fikir Maratonu'nu düzenliyoruz. Tüm bunları, hayal edebilen gençlerimizin sektörümüze katkı sağlayabilmesi adına yapıyoruz." dedi.

Dünyada son yıllarda değişim fırtınaları estiğini söyleyen Gültepe, “Bize bu fırtınayı avantaja dönüştürecek, fırtınanın gücünü işe, katma değerli üretime ve ihracata çevirecek gençler lazım. Hazır giyim ve konfeksiyon, Türkiye için stratejik öneme sahip. Katma değerli üretimimizle, istihdama katkımızla, ihracatımızla, ülkemize kazandırdığımız dövizle fark yaratıyoruz. Geçen yıl 20,3 milyar dolar ihracat yaptık ve ülkemize 18,5 milyar döviz kazandırdık. Artık hedefimiz çok daha büyük. Orta vadede kilogram birim fiyatımızı 40 dolara, ihracatımızı 40 milyar dolara çıkarmak istiyoruz. Hedefe yalnız yürümenin zor olduğunu biliyoruz. Devletimizin desteği yanımızda olmalı. Daha da önemlisi üniversitemiz bizimle olmalı. Birlikte ortak hedefe odaklanmalıyız. Girişimcilik ve İnovasyon Yarışmamızı bu tespitten hareketle tasarladık. Yarışmayı sadece tekstil mühendisliğine değil, tüm bölümlere ve disiplinlere açtık. İlk olmasına rağmen beklediğimiz üzerinde ilgi oldu. 103 üniversitemizin, 112 farklı bölümünden, 518 başvuru aldık. Ön elemenin ardından 150 öğrenci ile üçer kişilik 50 takım oluşturarak süreci başlattık. Aylar süren uzun ve yorucu sürecin ardından 14 takım finale kaldı.” şeklinde konuştu.

“BAŞARISIZ OLMAKTAN KORKMAYIN”

Birinciye 100 bin, ikinciye 75 bin, üçüncüye ise 50 bin TL para ödülü verileceğini belirten Gültepe, “Ayrıca birinci olan takımın üyeleri, Almanya Aachen Üniversitesi bünyesindeki ITA Enstitü’de üç günlük yurt dışı eğitim alacak. İkinci ve üçüncü takım ise İzmir Hugo Boss Fabrikası’nda üç günlük deneyim yaşayacak. Yarışmaya katılan tüm gençlerimizi tebrik ediyorum. Bir de naçizane tavsiyede bulunmak istiyorum. Başarı gelip kimseyi bulmuyor, bizim onu aramamız gerekiyor. Hayal etmekten, başarısız olmaktan korkmayın. Başarının her gün tekrarlanan küçük çabaların toplamı olduğunu unutmayın.” ifadelerini kullandı.

“İNOVATİF VE YARATICI FİKİRLER TİCARİ REKABETTE ÇOK ÖNEMLİ”

Törene katılan TİM Başkanı İsmail Gülle, konuşmasında inovatif ve yaratıcı ürünlerin ticari rekabetteki önemini vurguladı. Gülle, şunları söyledi:

JÜRİ ÜYELERİ

- İHKİB Yönetim Kurulu Üyesi ve Eğitim Komitesi Başkanı İlker Karatas
- İHKİB Eğitim Komitesi Üyesi Müge Hepyüksel Keciç
- Turccell Teknoloji AR-GE AS Ekip Yöneticisi Mustafa Altay
- LC Waikiki Akademi Direktörü Gülperi Tandar
- Moda Tasarımcısı ve Danışmanı Niyazi Erdoğan
- LC Waikiki Yönetim Kurulu Üyesi Necip Özcer
- Tradegram Teknoloji AS Kurucu Ortağı Berat Kayışkan
- İHKİB Yönetim Kurulu Üyesi Mithat Samsama
- Endevor Türkiye Genel Müdürü Aslı Kurul Türkmen
- Yaşar Üniversitesi Bilgi ve Teknoloji Yönetim AS Genel Müdürü Necip Özbey



518
Başvuru



150
Öğrenci



50
Takım



9 saat
Keşif ve Tasarım
Çalıştırı



47 saat
23 mentorluk
görüşmesi



28
Proje

“İHKİB GİY İLE GİRİŞİMCİ YETİŞTİRMEYİ HEDEFLİYORUZ”



İLKER KARATAŞ
İHKİB YÖNETİM KURULU ÜYESİ VE EĞİTİM
KOMİTESİ BAŞKANI

YAKLAŞIK altı aydır devam eden yorucu bir sürecin sonuna geldik. Amacımız, nitelikli insan kaynağı oluşturmak. Bu kapsamda birçok çalışma yapıyor ve projeler yürütüyoruz. İHKİB GİY ile girişimci yetiştirmeyi hedefliyoruz. Ülkemizin ihracata ihtiyacı var, ihracat destekli bir ekonominin Türkiye’yi çok daha ileri taşıyacağı açık bir şekilde ortaya konuldu. Buradan yola çıkarak girişimcilere de aynı şekilde ihtiyacımız olduğunu düşünüyoruz. Girişimci, istihdam ve katma değer demektir. Girişimci sayısının artması, ülkenin kalkınmasına katkı sağlayacak bir kaldıraç görevi üstlenir.

Türkiye’de girişimcilik konusu son yıllarda çok daha fazla gündemde. Bu konuyla alakalı destekler de söz konusu. Böyle bir algı oluşmuşken girişim ekosistemindeki girişimcileri bir araya getirmek, bizim görevimiz. Girişimcilik ekosisteminin gelişmesi için kaynağa ihtiyacımız var. Fikirleri ortaya koyan, bu fikirleri geliştirip prototipleri ortaya çıkarmak isteyen girişimcilerin en temel ihtiyacı yatırım. İHKİB Eğitim Çalışma Grubu olarak yeni bir projenin üzerinde çalışıyoruz. Bu proje, ihtiyaç duyulan girişim sermayesi yatırım fonunun oluşturulması üzerine.

“TİM olarak özel inovasyon programlarını çok boyutlu bir şekilde yürütüyoruz. Firmalarımızdaki inovasyon ekosistemini canlandırmak adına InovaLİG ve Odaklı İnoSuit programlarımızdan 8 bin firmamız faydalanıyor. Şimdiye kadar 163 firmaya 25 bin saatin üzerinde mentorluk hizmeti verildi. İyi örneklerle eşleştirilen yüzlerce firmaya tecrübe aktarımı yapılması sağlandı. Gençlerimize yönelik yürüttüğümüz İnovaTİM projemizde, 72 ilden ve 150 farklı üniversiteden 3 bini aşkın üniversite öğrencisinin çalışmalarına destek veriyoruz.” Törende TİM Başkanı İsmail Gülle, dereceye giren takımlara verilen ödüllere ilaveten birinci takıma 30 bin, ikinci takıma 20 bin ve üçüncü takıma da 10 bin TL para ödülü verileceğini duyurdu.



BİRİNCİLİK ÖDÜLÜ: PRONOVA

Novator takımı; İstanbul Teknik Üniversitesi'nde üçüncü sınıf Tekstil Mühendisliği ve İşletme Çift Anadal Programı öğrencisi Alya Bostani, Özyeğin Üniversitesi Endüstri Mühendisliği Bölümü dördüncü sınıf öğrencisi Fatma Nur Keleş ve Ege Üniversitesi Tıp Fakültesi üçüncü sınıf öğrencisi Nuray Rumeysa Uslu'dan oluşuyor. ProNova: Sürdürülebilir Tıbbi Önlük Projesi ile İHKİB GİY 2022 birincisi olan takım, ameliyathanelerdeki ısı farklılığı nedeniyle cerrahların soğuktan ellerinin titremesi ve sürekli değiştirilen cerrahi önlüklerin doğaya verdiği zarar sorunlarının tespitiyle ortaya çıktı. Proje, algerli kullanarak tıp dünyasına ısı yalıtımlı, sürdürülebilir, bedeni ayarlanabilir, dayanıklı ve estetik bir tıbbi önlük çözümü getiriyor.

İKİNCİLİK ÖDÜLÜ: COK

Okalıptüs takımı; Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi'nde üçüncü sınıf Tekstil Mühendisliği öğrencisi Beyza Çam, İstanbul Teknik Üniversitesi Çevre Mühendisliği Bölümü üçüncü sınıf öğrencisi Şeyma Karasu ve Akdeniz Üniversitesi Gazetecilik dördüncü sınıf öğrencisi Pınar Okumuş'tan oluşuyor. Okalıptüs ağacı özünden elde edebilecekleri liflerden üretecekleri kumaşla kötü kokuyu yok etmeyi amaçlayan Okalıptüs takımı, sıfır karbon-sıfır koku hedefledi.



ÜÇÜNCÜLÜK ÖDÜLÜ: TAGGLE

B-Creative takımı; İstanbul Teknik Üniversitesi'nde üçüncü sınıf Tekstil Mühendisliği öğrencisi Betül Özçakmak, İstanbul Teknik Üniversitesi İşletme Bölümü dördüncü sınıf öğrencisi Emek Gözlüklü ve Eskişehir Teknik Üniversitesi Tekstil ve Moda Tasarımı dördüncü sınıf öğrencisi Emel Aydın'dan oluşuyor. Bilgiyi aktarmada yetersiz kalan kıyafet bakım etiketlerini dönüştüren Taggle uygulaması, sürdürülebilirliğe odaklanarak kıyafetin yaşam döngüsünde kullanıcının ihtiyacı olan ve onu bilinçli bir tüketici olmaya teşvik eden birçok faydalı bilgiyi dijital kanallar aracılığı ile kullanıcıya sunuyor. "Fark et, keşfet, dönüştür!" sloganı ile sürdürülebilirliğe ve döngüsel ekonomiye odaklanıyor.





KOZA

koza genç moda tasarımcıları yarışması

KOZA'DAN ÇIKMAYA HAZIR MISIN?

HEMEN BAŞVUR, HAYALLERİNDEKİ
TASARIMLARI HERKES GÖRSÜN!

SON BAŞVURU TARİHİ

14 TEMMUZ 2022

BAŞVURU ADRESİ
kozayarismasi.com





Kişisel Verilerin Korunması Kanunu kapsamında iş yerinde parmak izi kullanımı

Bu ayki makalemizde son yıllarda adından sıkça bahsettiren Kişisel Verilerin Korunması Kanunu'nun (KVKK) iş yerindeki parmak izi uygulamasına etkilerini siz değerli okuyucularımızın bilgisine sunmaktayız.

İŞ KANUNU'NDAKİ tanımıyla iş sözleşmesi, işçinin bağımlı olarak iş görmeyi, işverenin de ücret ödemeyi üstlenmesinden oluşan sözleşmedir. Yani sözleşme uyarınca işverenin işçiden en büyük beklentisi, işçinin iş görme edimini gereğince yapmasıdır. İşte bu hususun denetimi noktasında, gelişen teknolojiyle birlikte yeni sistemlerden yararlanılmaktadır.

Makale konumuz olan işe giriş çıkış sırasında işçinin, işveren tarafından parmak izinin alınması da bu denetim mekanizmalarından biridir. Parmak izi suretiyle denetimin yapılmasının işverenlerce tercih edilmesinin en önemli sebebi ise ileride doğabilecek ihtilaflar bakımından delil değeri yüksek ispat aracı elde etmektir.

PEKİ İŞVERENLER, SİRF YÖNETİM VE DENETİM HAKLARINA DAYANARAK İŞÇİLERİN PARMAK İZİNİ ALIP KULLANABİLİRLER Mİ?

İşte bu noktada parmak izinin hukuki niteliği değerlendirilmelidir. 6698 sayılı Kişisel Verilerin Korunması Kanunu'nun altıncı maddesine göre "Kişilerin ırkı, etnik kökeni, siyasi düşüncesi, felsefi inancı, dini, mezhebi veya diğer inançları, kılık ve kıyafeti, dernek, vakıf ya da sendika üyeliği, sağlığı, cinsel hayatı, ceza mahkûmiyeti ve güvenlik tedbirleriyle ilgili verileri ile biyometrik ve genetik verileri özel nitelikli kişisel veridir." Görüldüğü üzere parmak izi, biyometrik veri sınıfına girdiği için özel nitelikli kişisel veri niteliğini haizdir.

Her bireydeki parmak izinin diğer insanlardan farklı olması, yaşam boyu değişmemesi ile bireyi ayırt eden ve onu kimliklendiren yapısı karşısında, bir "kişisel veri" olarak bireye ait parmak izinin kişisel verilere ait hukuki korumadan yararlanacağı açıktır. Dolayısıyla en önemli biyometrik verilerden olan parmak izi bilgisinin işlenebilmesi ve kayıt altına alınabilmesi için ilgilinin açık rızası gerekecektir. Daha öz bir ifadeyle, işverenin işçinin parmak izini işlemesi ve saklaması ancak işçinin açık rızası var ise mümkündür.

AÇIK RIZA KAVRAMI

Buradaki açık rıza kavramına işçi-İşveren ilişkisi çerçevesinde ayrıca değinmek gerekir. Zira işçilerin zaman zaman işveren otoritesi altında hareket etmek zorunda kalması ve işverenler karşısında daha güçsüz konumda olmaları sebebiyle işveren ve işçi iş hukuku açısından eşit koşullarda sayılmamaktadır.

Makalenin sesli versiyonuna QR kodu kullanarak ulaşabilirsiniz.



Uygulamada yargılama esnasında mahkemelerde, açık rızanın gerçekten hür iradeyle verilişini ilişkililerinde daha detaylı incelemektedir. Dolayısıyla parmak izinin işlenmesi ve kaydedilmesi noktasında işçinin verdiği rızanın da herhangi bir baskı olmaksızın, bilgilendirmeye dayanan ve özgür iradeyle verilmesi gerekmektedir.

Bu nedenle, parmak izinin alınması suretiyle denetim yapan işverenlerin aydınlatma yükümlülüğü önem arz etmektedir. İşverenlere tavsiyemiz, işçinin açık rızasını alırken aydınlatma yükümlülüğünü tam olarak yerine getirmeleridir. Yani işçinin parmak izinin alınma nedeni, işleme nedeni, verilerin kime ve ne şartlarla aktarılacağı, net ve detaylı bir biçimde belirtilmelidir. Aydınlatma yükümlülüğü tam olarak yerine getirilmiş bir açık rıza beyanı geçerli olacaktır.

Sonuç olarak işverenler, yönetim ve denetim hakkı kapsamında işçilerin mesai saatlerine riayet edip etmediklerini kontrol etmek için birtakım uygulamalar getirmektedir. İşverenin yönetim ve denetim hakkı kapsamında işçilerin mesai saatlerine riayet edip etmediklerine yönelik birtakım uygulamalar getirebileceği kuşkusuzdur. Günümüzde ise gelişen teknolojiyle birlikte farklı denetim mekanizmaları kurulmakta olup bu mekanizmalardan biri de parmak iziyle kontrol sistemidir. Parmak izinin "kişisel veri" niteliği göz önünde alındığında KVKK kapsamında hukuken korunacağı açıktır. Kişisel verilerin işlenmesi ve kaydedilmesi ancak ilgilinin açık rızasıyla mümkün olduğundan, işçinin bilgilendirilmesi suretiyle rızasının alınması yoluna gidilmesi gerekmektedir. Yani işveren, hukuki ya da cezai açıdan herhangi bir yaptırımla karşı karşıya kalmamak adına parmak izli mesai kontrol sistemi uygulamasına geçmeden önce işçileri bilgilendirmeli, işçinin iş sözleşmesiyle veya iş ilişkisinin devamı sırasında muvafakatini almalıdır.

İşverenin işçinin parmak izini işlemesi ve saklaması ancak işçinin açık rızası var ise mümkündür.

IFCO

ISTANBUL
FASHION
CONNECTION




YERİNİZİ AYIRTIN!

HAZIR GİYİM VE
MODA FUARI

24-26
AĞUSTOS
2022

İSTANBUL
FUAR MERKEZİ



   istanbulfashionconnection • www.ifco.com.tr • info@ifco.com.tr • 02124540328



Bu fuar İTKİB Fuarçılık A.Ş. tarafından düzenlenmektedir.

BU FUAR 5174 SAYILI KANUN GEREĞİNCE TÜRKİYE ODALAR VE BORSALAR BİRLİĞİ (TOBB) DENETİMİNDE DÜZENLENMEKTEDİR.

Hazır giyim ihracatı

2022 OCAK-MAYIS DÖNEMİ İHRACATI

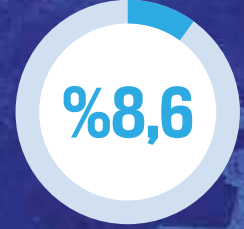


2022 Ocak-Mayıs dönemi ihracatı bir önceki yılın aynı dönemine göre %15,8 arttı.



2022 Ocak-Mayıs döneminde AB'ye hazır giyim ve konfeksiyon ihracatı bir önceki yılın aynı dönemine kıyasla %19,1 arttı.

ÜLKE İHRACATINDAKİ PAYI



İHRACATIN EN FAZLA ARTTIĞI ÜLKE

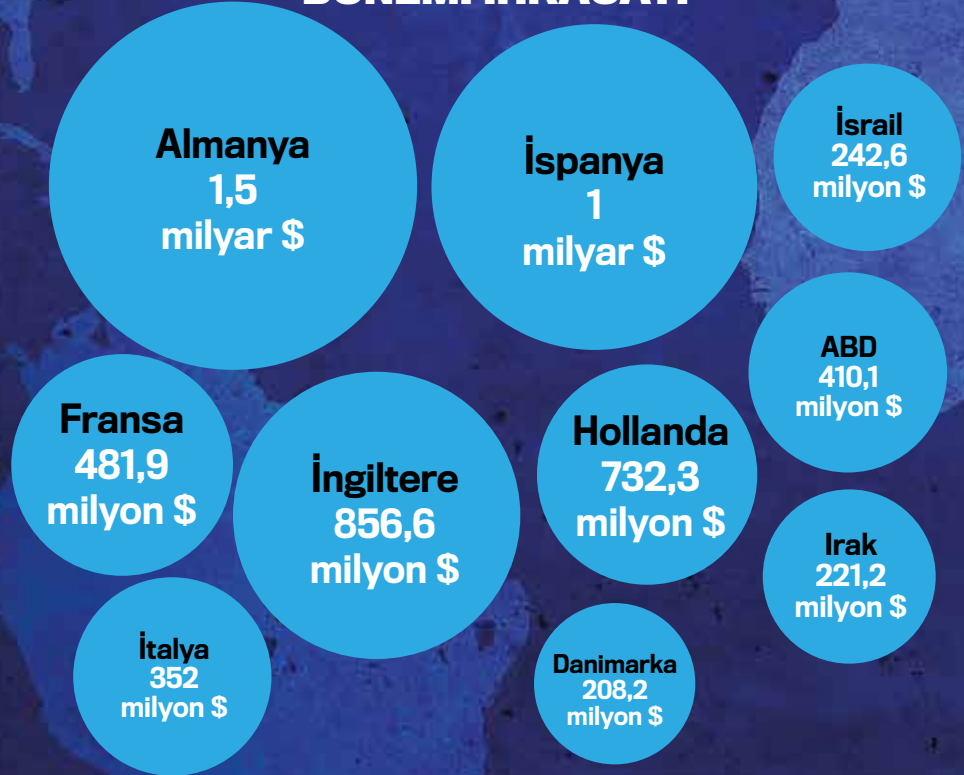


Lübnan

%145,2

2022 Ocak-Mayıs dönemi ihracatında ilk 50 ülke içinde hazır giyim ve konfeksiyon ihracatının en çok arttığı ülke %145,2 ile Lübnan olurken İrlanda'ya ihracat %110,5, Yunanistan'a ise %59,2 arttı.

ÜLKELERE GÖRE 2022 OCAK-MAYIS DÖNEMİ İHRACATI



BAZI ALT ÜRÜN GRUPLARININ 2022 OCAK-MAYIS DÖNEMİ İHRACATI

ÖRME GİYİM VE AKSESUARLARI

%14,1 4,2 milyar \$

DOKUMA GİYİM VE AKSESUARLARI

%20,4 3,3 milyar \$

DİĞER HAZIR EŞYALAR VE EV TEKSTİLİ

%7 1,2 milyar \$

Tekstil ve ham maddeleri ihracatı

2022 OCAK-MAYIS DÖNEMİ İHRACATI

5,6
milyar
dolar



Sektörün 2022 Ocak-Mayıs dönemi ihracatı, bir önceki yılın aynı dönemine kıyasla **%10,3** arttı.

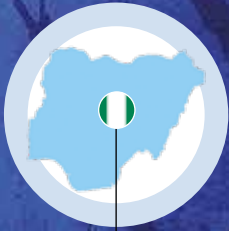


AB'ye tekstil ve ham maddeleri ihracatı, Ocak-Mayıs 2022 döneminde, bir önceki yılın aynı dönemine kıyasla **%11** arttı.

ÜLKE İHRACATINDAKİ PAYI

%5,4

İHRACATIN EN FAZLA ARTTIĞI ÜLKE



Nijerya
%139,7

2022 Ocak-Mayıs dönemi ihracatında ilk 50 ülke içinde tekstil ve ham maddeleri ihracatının en çok arttığı ülke **%139,7** ile Nijerya olurken İspanya'ya ihracat **%49,2**, Fas'a ise **%46,9** arttı.

ÜLKELERE GÖRE 2022 OCAK-MAYIS DÖNEMİ İHRACATI



BAZI ALT ÜRÜN GRUPLARININ 2022 OCAK-MAYIS DÖNEMİ İHRACATI

İPLİK

%15,1 1,2 milyar \$

DOKUMA KUMAŞ

%29,9 1,1 milyar \$

TEKNİK TEKSTİL

%-5,4 988 milyon \$

EV TEKSTİLİ

%5,6 910 milyon \$

Deri ve deri mamulleri ihracatı

2022 OCAK-MAYIS DÖNEMİ İHRACATI



2022 Ocak-Mayıs döneminde deri ve deri mamulleri ihracatı bir önceki yılın aynı dönemine kıyasla **%26,1** arttı.



Ocak-Mayıs döneminde AB'ye deri ve deri mamulleri ihracatı, bir önceki yılın aynı dönemine kıyasla **%47,9** arttı.

ÜLKE İHRACATINDAKİ PAYI



İHRACATIN EN FAZLA ARTTIĞI ÜLKE



Tacikistan
%204,8

2022 Ocak-Mayıs döneminde ilk 50 ülke içinde ihracatın en çok arttığı ülke **%204,8** ile Tacikistan olurken Yunanistan'a ihracat **%111,3**, Litvanya'ya ihracat ise **%108,1** arttı.

ÜLKELERE GÖRE 2022 OCAK-MAYIS DÖNEMİ İHRACATI

Almanya
70,1
milyon \$

İtalya
68
milyon \$

Irak
29,8
milyon \$

İspanya
34,3
milyon \$

Rusya
44,7
milyon \$

İngiltere
33,1
milyon \$

Fransa
25,3
milyon \$

ABD
26,5
milyon \$

Hollanda
25,1
milyon \$

Romanya
28,3
milyon \$

BAZI ALT ÜRÜN GRUPLARININ 2022 OCAK-MAYIS DÖNEMİ İHRACATI

AYAKKABI

%20,4 506,5 milyon \$

YARI İŞLENMİŞ/BİTMİŞ DERİ VE KÜRK

%34,3 124,7 milyon \$

SARACİYE

%46,9 122,2 milyon \$

DERİ VE KÜRKTEN GİYİM EŞYALARI

%21,7 49,7 milyon \$

Halı ihracatı

2022 OCAK-MAYIS DÖNEMİ İHRACATI

1,1
milyar
dolar



2022 Ocak-Mayıs döneminde halı ihracatı bir önceki yılın aynı dönemine göre **%14,3** düştü.



2022 Ocak-Mayıs döneminde bir önceki yıla kıyasla Orta Doğu ülkelerine halı ihracatı **%11,8** oranında artış gösterdi.

ÜLKE İHRACATINDAKİ PAYI

%1,1

İHRACATIN EN FAZLA ARTTIĞI ÜLKE



Gürcistan
%370,3

2022 Ocak-Mayıs döneminde en fazla ihracat yapılan ilk 50 ülke arasında ihracatın en fazla arttığı ülke, **%370,3** payla Gürcistan oldu. Yunanistan'a ihracat **%343,6**, Yemen'e ihracat ise **%124,3** arttı.

ÜLKELERE GÖRE 2022 OCAK-MAYIS DÖNEMİ İHRACATI

ABD
354,4
milyon \$

B.A.E.
62,2
milyon \$

Libya
42,2
milyon \$

Almanya
61
milyon \$

İngiltere
60,2
milyon \$

Irak
49,8
milyon \$

Bulgaristan
25,6
milyon \$

Kuveyt
20,7
milyon \$

Kazakistan
21,2
milyon \$

İsrail
19,9
milyon \$

BAZI ALT ÜRÜN GRUPLARININ 2022 OCAK-MAYIS DÖNEMİ İHRACATI

MAKİNE HALILARI

%-17 945,2 milyon \$

TÜFTE HALILARI

%0,3 166,3 milyon \$

EL HALISI

%33,5 18,6 milyon \$

HAZİRAN AYI ETKİNLİKLERİ

İSTANBUL HAZİR GİYİM VE KONFEKSİYON İHRACATÇILARI BİRLİĞİ

| | |
|---------------|--|
| 7-9 Haziran | Marmara Grubu Vakfı Defilesi |
| 7-11 Haziran | Ticaret Heyeti – Rusya |
| 7 Haziran | ABD Pazarı Bilgilendirme Semineri |
| 9 Haziran | Hollanda-Türkiye Yeşil Dönüşüm Webinarsı |
| 16 Haziran | İHKİB Protokol Okulları Ödül Töreni |
| 17 Haziran | Euratex Genel Kurulu – Belçika |
| 18-20 Haziran | Interfilere Fuarı – Fransa |

İSTANBUL TEKSTİL VE HAMMADDELERİ İHRACATÇILARI BİRLİĞİ

| | |
|-------------|--|
| Haziran ayı | Tekstil Sektörü Sürdürülebilirlik Dönüşümü Sertifikalı Eğitim Programı (Her salı ve perşembe) |
| 30 Haziran | Futuretex Ön Jüri Değerlendirmesi |
| 5-7 Temmuz | Premiere Vision Paris Fuarı |

İSTANBUL DERİ VE DERİ MAMULLERİ İHRACATÇILARI

| | |
|--------------------|--|
| 31 Mayıs-3 Haziran | TDK Leather&Fur Fashion Show (Antalya) |
| 1-4 Haziran | AYSAF Ayakkabı Yan Sanayi Fuarı |
| 8 Haziran | ABD Pazarı Bilgilendirme Semineri |
| 11 Haziran | “Aile Şirketlerinde Kurumsal Yönetim: Aile Şirketlerinin Sefası ve Cefası” Semineri |
| 11-14 Haziran | Expo Riva Schuh&Gardabags Fuarı |
| 16 Haziran | İDMİB ve İHKİB Protokol Okulları Mezuniyet Töreni |
| 28-30 Haziran | LeShow Moscow Fuarı |



İSTANBUL TEKSTİL VE KONFEKSİYON İHRACATÇI BİRLİKLERİ (İTKİB)

Adres: Dış Ticaret Kompleksi B-Blok Çobançeşme Mevkii Sanayi Cad. Yenibosna / İstanbul
Telefon: 0 212 454 02 00 Faks: 0 212 454 02 01 e-mail: info@itkib.org.tr Web: www.itkib.org.tr

TİCARET BAKANLIĞI

Adres: Dumlupınar Bulvarı No: 151
Eskişehir Yolu 9. Km 06800 Çankaya/ANKARA
Bakanlık Santrali: + 90 312 449 10 00
Bakanlık Genel Evrak Fax: +90 312 449 18 18
Web: www.gtb.gov.tr



TÜRKİYE İHRACATÇILAR MECLİSİ (TİM)

Adres: Dış Ticaret Kompleksi Çobançeşme Mevkii
Sanayi Cad. B Blok Kat: 9 P.K 34196 Yenibosna-İstanbul
Tel: 0 212 454 04 90 / 454 04 91
Faks: 0 212 454 04 13 / 454 04 83
e-mail: tim@tim.org.tr
Web: www.tim.org.tr



İHRACATÇI BİRLİKLERİ

Akdeniz İhracatçı Birlikleri (AKİB)

Tel: 0 324 325 37 37
Faks: 0 324 325 41 42
e-posta: akib@akib.org.tr
Web: www.akib.org.tr

Batı Akdeniz İhracatçı Birliği (BAİB)

Tel: 0 242 311 80 00
Faks: 0 242 311 79 00
e-mail: baib@baib.gov.tr
Web: www.baib.gov.tr

Denizli İhracatçı Birliği (DENİB)

Tel: 0 258 274 66 88
Faks: 0 258 274 72 22-62
e-posta: denib@denib.gov.tr
Web: www.denib.gov.tr

Doğu Anadolu İhracatçı Birliği (DAİB)

Tel: 0 442 214 11 85-86
Faks: 0 442 214 11 89-90
e-posta: daibarge@daib.org.tr
Web: www.daib.org.tr

Doğu Karadeniz İhracatçı Birliği (DKİB)

Tel: 0 462 326 16 01
Faks: 0 462 326 94 01 - 02
e-posta: dkib@dkib.org.tr
Web: www.dkib.org.tr

Ege İhracatçı Birlikleri (EİB)

Tel: 0 232 488 60 00
Faks: 0 232 488 61 00
e-posta: eib@egebirlik.org.tr
Web: www.egebirlik.org.tr

Güneydoğu Anadolu İhracatçı Birlikleri (GAİB)

Tel: 0 342 211 05 00
Faks: 0 342 211 05 09
e-posta: gaibevrak@gaib.org.tr
Web: www.gaib.org.tr

Hizmet İhracatçıları Birliği (HİB)

Tel: 0 212 454 01 00
Faks: 0 212 454 01 01
e-posta: info@hib.org.tr
Web: hib.org.tr

İstanbul Maden ve Metaller İhracatçı Birlikleri (İMMİB)

Tel: 0 212 454 00 00
Faks: 0 212 454 00 01
e-posta: immib@immib.org.tr
Web: www.immib.org.tr

İstanbul İhracatçı Birlikleri (İİB)

Tel: 0 212 454 05 00

Faks: 0 212 454 05 01
e-posta: iib@iib.org.tr
Web: www.iib.org.tr

Karadeniz İhracatçı Birlikleri (KİB)

Tel: 0 454 216 24 26
Faks: 0 454 216 48 42
e-posta: kib@kib.org.tr
Web: www.kib.org.tr

Orta Anadolu İhracatçı Birlikleri (OAİB)

Tel: 0 312 447 27 40
Faks: 0 312 446 96 05
e-posta: oaibwebmaster@oaib.org.tr
Web: www.oaib.org.tr

Uludağ İhracatçı Birlikleri (UİB)

Tel: 0 224 219 10 00
Faks: 0 224 219 10 90
e-posta: uludag@uib.org.tr
Web: www.uib.org.tr

İLGİLİ KURUMLAR

Ayakkabı Yan Sanayicileri Derneği (AYSAD)

Tel: 0 212 549 36 12
Web: www.aysad.org

Bayrampaşa Tekstilci ve Sanayici İş Adamları Derneği (BATIAD)

Tel: 0 212 613 97 23
Web: www.batiad.org.tr

Birleşmiş Markalar Derneği (BMD)

Tel: 0 212 320 82 00
Web: www.birlesmismarkalar.org.tr

Çorap Sanayicileri Derneği (ÇSD)

Tel: 0 212 438 32 08
Web: www.csd.org.tr

İHKİB Eğitim Vakfı

Tel: 0 212 454 01 65-66
Web: www.ihkibev.org.tr

Kürk Sanayicileri ve İş Adamları Derneği (KSİAD)

Tel: 0 212 415 82 32
Web: www.ksiad.com

Konfeksiyon Yan Sanayicileri Derneği (KYSD)

Tel: 0 212 438 12 96 - 97
Web: www.kysd.org.tr

Laleli Sanayici ve İş Adamları Derneği (LASİAD)

Tel: 0 212 516 90 52 - 53
Web: www.lasiad.org.tr

Merter Sanayici ve İş Adamları Derneği (MESİAD)

Tel: 0 212 643 47 22
Web: www.mesiad.org.tr

Moda Tasarımcıları Derneği (MTD)

Tel: 0212 296 90 45
Web: www.mtd.org.tr

Osmanbey Tekstilci İş Adamları Derneği (OTIAD)

Tel: 0 212 231 92 85
Web: www.otiad.org.tr

Örme Sanayicileri Derneği (ÖRSAD)

Tel: 0 212 637 68 05
Web: www.orsad.org.tr

Saraciyeli Sanayicileri Derneği (SSD)

Tel: 0 212 543 39 07
Web: www.saraciyeli.org.tr

Sektörel ve Dış Ticaret Sermaye Şirketleri Derneği (DİŞDER)

Tel: 0 212 451 85 08
Web: www.disder.com.tr

Tescilli Markalar Derneği (TMD)

Tel: 0 212 245 69 29
Web: www.tescillimarkalar.org.tr

Türkiye Ev Tekstili Sanayicileri ve İş Adamları Derneği (TETSİAD)

Tel: 0 212 292 04 04 (pbx)
Web: www.tetsiad.org

Türkiye Denim Sanayici ve İş Adamları Derneği (DENİMDER)

Tel: 0 212 474 75 30
Web: www.denimder.org.tr

Tüm İç Giyim Sanayicileri Derneği (TİGSAD)

Tel: 0 212 438 65 15
Web: www.tigsad.org

Türkiye Ayakkabı Sanayicileri Derneği (TASD)

Tel: 0 212 549 71 71
Web: www.tasd.com.tr

Türk Deri Konfeksiyoncuları Derneği (TDKD)

Tel: 0 212 665 27 47
Web: www.tdkd.org.tr

Türkiye Tekstil, Hazır Giyim, Deri Sanayi Teknoloji ve Tasarım Araştırma Geliştirme Vakfı (TARGEV)

Tel: 0 232 488 61 23
Web: www.targev.org.tr

Türkiye Ayakkabı Sektörü Araştırma Geliştirme ve Eğitim Vakfı (TASEV)

Tel: 0 212 470 51 53
Web: www.tasev.org.tr

Türkiye Giyim Sanayicileri Derneği (TGSD)

Tel: 0 212 639 76 56
Web: www.tgsd.org.tr

Türkiye Deri Vakfı (TÜRDEV)

Tel: 0 212 558 23 02
Web: www.turdev.org

Türkiye Deri Sanayicileri Derneği (TDSD)

Tel: 0 216 394 07 40-41
Web: www.tdsd.org.tr

Türkiye Triko Sanayicileri Derneği (TRİSAD)

Tel: 0 212 438 06 60
Web: www.trisad.org

Türkiye Tekstil Terbiye Sanayicileri Derneği (TTTSD)

Tel: 0 282 758 35 64
Web: www.ttttd.org.tr

Türk Tekstil Vakfı (TÜTEV)

Tel: 0 212 227 06 05
Web: www.turktekstilvakfi.com

Zeytinburnu Tekstil Sanayici ve İş Adamları Derneği (ZETSİAD)

Tel: 02124834000
Web: www.zetsiad.org.tr

HIZLI - GÜVENLİ - UYGUN

INTERMODAL & KARAYOLU Taşımacılığı

INTERMODAL;

İngiltere, Almanya, İtalya
Belçika, Hollanda, Avusturya
Lüksemburg

KARAYOLU;

Fransa, İspanya, İtalya
Belçika, Hollanda, Portekiz

6. GÜNDE
TESLİMAT



pricing@seraytrans.com

+90 212 451 51 01

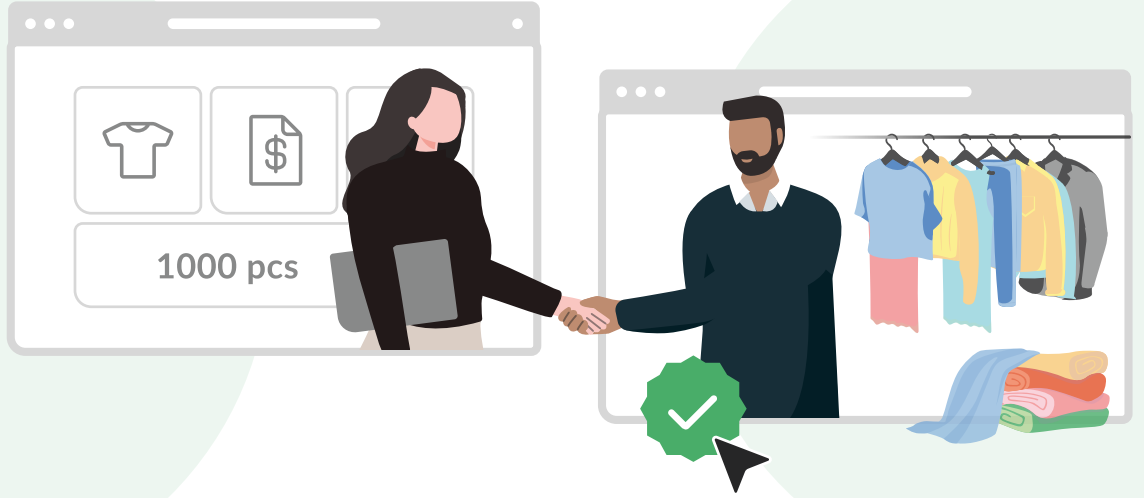


S'ERAY
Logistics & Transport

www.seraytrans.com

Yeni alıcılarla bağlantı kurun

Konfeksiyon ve tekstil için dünyanın en büyük B2B ağına katılın.



- ✓ T.C. Ticaret Bakanlığı'nın "Onaylı E-Ticaret Siteleri" arasında ve yıllık üyelikte teşvik fırsatı
- ✓ Avrupa'nın önde gelen fuarları ISPO ve Texworld'ün ve küresel endüstri birliklerinin dijital ortağı
- ✓ 20.000'den fazla üyeden oluşan küresel satın almacı ağı

Şimdi Katıl

Bizimle iletişime geçin

+90 554 622 43 55 • turkey@foursource.com



Dijital Kumaşlar

Bütün koleksiyonumuzun
Browzwear ve CLO3D uyumlu
dijital versiyonları vardır.

 **HiFabrik™**
by ünlü transfer

kumaştan gelen ilham

ZARA

ASOS


COMME des GARÇONS

Desigual

El Corte Inglés

CACHE
CACHE.

TED BAKER
LONDON

KOTON

örme • dokuma • raşel • dantel • tül • dijital pigment baskı • metraj süblime baskı • flok baskı
varak baskı • glitter baskı • yüksek baskı • emboss • gofre • lake • kaplama • laminasyon • kraş • plise

+90-212-576-5250

www.unlutransfer.com

www.hifabrik.com

iTKiB

HEDEF

GÜÇLÜ YÖNETİM
REKOR İHRACAT

